

Universidade do Grande Rio Prof. José de Souza Herdy

UNIGRANRIO

Camila dos Santos Teixeira

**Consumo e Práticas Alimentares das Mulheres da Baixada Fluminense e suas
Relações com seus Corpos**

Rio de Janeiro

2015

Camila dos Santos Teixeira

**Consumo e Práticas Alimentares das Mulheres da Baixada Fluminense e suas
Relações com seus Corpos**

Dissertação apresentada à Universidade do Grande Rio “Prof. José de Souza Herdy” como parte dos requisitos parciais para obtenção do grau de mestre em Administração.

Área de concentração: Gestão Organizacional

Orientador: Prof. Dr. João Felipe R. Sauerbronn.

**Rio de Janeiro
2015**

CATALOGAÇÃO NA FONTE/BIBLIOTECA - UNIGRANRIO

T266c Teixeira, Camila dos Santos.
Consumo e práticas alimentares das mulheres da Baixada Fluminense e suas relações com seus corpos / Camila dos Santos Teixeira. – 2015.
85 f. : il. ; 31 cm.

Dissertação (mestrado em Administração) – Universidade do Grande Rio "Prof. José de Souza Herdy", Escola de Ciências Sociais Aplicadas, Rio de Janeiro, 2015.

"Orientador: Prof. Dr. João Felipe R. Sauerbronn".
Bibliografia: f. 73-78.

1. Administração 2. Comportamento do consumidor. 3. Hábitos alimentares. I. Sauerbronn, João Felipe Rammelt. II. Universidade do Grande Rio "Prof. José de Souza Herdy". III. Título.

CDD - 658.8342

Camila dos Santos Teixeira

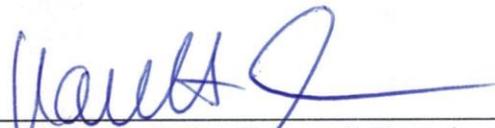
"Consumo e Práticas Alimentares das Mulheres da Baixada Fluminense e suas Relações com seus Corpos"

Dissertação apresentada à
Universidade do Grande Rio
"Prof. José de Souza Herdy",
como parte dos requisitos
parciais para obtenção do grau
de Mestre em Administração.

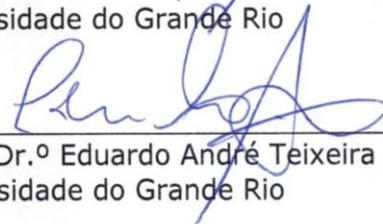
Área de Concentração:
Gestão Organizacional.

Aprovado em 26 de fevereiro de 2015.

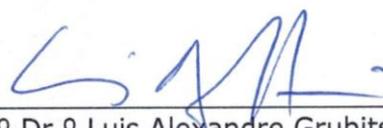
Banca Examinadora



Prof.º Dr.º João Felipe Rammelt Sauerbronn
Universidade do Grande Rio



Prof.º Dr.º Eduardo André Teixeira Ayrosa
Universidade do Grande Rio



Prof.º Dr.º Luis Alexandre Grubits de P. Pessoa
Pontifícia Universidade Católica

Dedico este trabalho, especialmente aos meus pais, a minha família e aos meus amigos que contribuíram para realização de mais essa conquista na minha vida.

AGRADECIMENTOS

A Deus, pois muitos caminhos são percorridos ao longo da vida e nada eu conseguiria sem Ti, Senhor, por isso: A você que nos meus sonhos e preces nunca deixou de ser Real. O meu profundo agradecimento, ao Senhor, Deus, muito obrigada.

Aos meus pais, Mara e Jorge Antônio, por serem os meus maiores incentivadores. Através de suas palavras e compreensão foi possível chegar aqui. Com muita emoção agradeço o apoio incondicional devotado a mim. Sem vocês esse sonho não teria se tornado realidade. Muito Obrigada.

Ao meu orientador, Prof. João Felipe Sauerbronn, eu jamais poderei agradecer suficientemente a você, pela sua paciência e dedicação ao longo desse trabalho e é com orgulho que agradeço por ter me ajudado por mais essa realização em minha vida. Muito obrigada!

Aos professores do mestrado que estavam sempre dispostos a ajudar com sugestões e ideias ao longo do mestrado.

As entrevistadas, que se disponibilizaram para participar da pesquisa, colaborando assim para a conclusão deste trabalho.

E a todos os meus amigos e família, especialmente a minha Tia Sandra Teixeira, que compartilharam desse ideal me incentivando a cada dia para que no final compartilhem comigo de mais uma vitória.

Instaura-se uma nova moralidade, a da “boa forma”, referida juventude, beleza e saúde e, conseqüentemente, acentuando particularismos ao fazer de cada indivíduo uma espécie de escrutinador de cada detalhe de seu corpo e aparência, não deixa de fazer coexistir, ao lado desses movimentos que promovem ou acirram uma espécie de autocentramento ou individualização, alguns outros imperativos, igualmente eficazes, porém opostos e contraditórios.

(SONIA MARIA GIACOMINI)

RESUMO

As pesquisas sobre alimentação e o corpo na sociedade de consumo, apresentam crescente interesse de acadêmicos das ciências sociais. Alguns estudos são considerados marcos no que diz respeito às questões que apontam para as reflexões referentes dos usos e práticas relacionadas ao corpo e a alimentação. O objetivo desse trabalho é descrever e compreender as relações entre consumo, práticas alimentares das mulheres da Baixada Fluminense e seus corpos, a presente pesquisa contribui para os estudos em administração, mais especificamente no campo de marketing e dos estudos na área do comportamento do consumidor. Deste modo, foram realizadas dez entrevistas semiestruturadas com mulheres que foram transcritas e analisadas através da técnica de análise de conteúdo proposta por Bardin (2011). A pesquisa está fundamentada na abordagem prático-teórica de Alan Warde (2005). Os componentes presentes na teoria de prática de Warde (2005) foram utilizados como base para a categorização das práticas alimentares em relação ao consumo alimentar e o corpo das mulheres. Por fim, foi possível identificar os componentes das práticas proposto por Warde nos dados coletados.

Palavras-chave: Consumo, práticas Alimentares, corpo, teoria de Prática.

ABSTRACT

The food and body on consumer society are among the recent interests of consumer researchers. In the field of social sciences some studies are considered milestones in respect of issues that point to the thinking on the uses and practices related to the body and the power. The goal of this study is to describe and understand the relationship between consumption, eating habits of the Baixada Fluminense women and their bodies, this research brings a contribution to the studies of management, more specifically in the fields of marketing and consumer behavior. Thus ten semi-structured interviews with women were made that were transcribed, then were analyzed through content analysis technique proposed by Bardin (2011). The research is based on the practical-theoretical approach of Alan Warde (2005). The components in the practice of theory Warde (2005) was used as the basis for categorization of feeding practices in relation to food intake and women's bodies. Finally, it was possible to identify the components of the practices proposed by Warde on the data collected.

Keywords: Consumption, food practices, body, practice theory.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

QUADRO 01: Teoria de Prática como Teoria Cultural Segundo Reckwitz	18
QUADRO 02: Os componentes / conexões das práticas	20
QUADRO 03: Os componentes das práticas segundo Warde (2005)	21
QUADRO 04: Teoria de Prática como Teoria Cultural Segundo Reckwitz	37
QUADRO 05: Entendimentos a respeito das práticas de consumo de alimentos e suas relações com o corpo.	52
QUADRO 06: Procedimentos a respeito das práticas de consumo de alimentos e suas relações com o corpo.....	58
QUADRO 07: Engajamentos a respeito das práticas de consumo de alimentos e suas relações com o corpo.....	65
QUADRO 08: Itens de consumo das práticas de consumo de alimentos e suas relações com o corpo	67

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	11
1.1 OBJETIVOS	13
1.1.1 Objetivo geral.....	13
1.1.2 Objetivos específicos.....	13
1.2 DELIMITAÇÃO DA PESQUISA	14
1.3 RELEVÂNCIA DA PESQUISA	15
2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA	17
2.1 CULTURA ALIMENTAR	17
2.2 CONSUMO DE ALIMENTOS	18
2.2.1 A globalização e o consumo de alimentos	22
2.3 CORPO E SEUS SIGNIFICADOS.....	29
2.4 PROPOSTA EPISTEMOLÓGICA DA TEORIA DE PRÁTICA	33
2.4.1 Teoria das Práticas sociais – As propostas de Reckwitz e de Warde	34
3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS	39
3.1 CORPUS DE DADOS	41
3.2 COLETA DE DADOS	44
3.3 MÉTODO DE ANÁLISE DOS DADOS	45
4 ANÁLISE DAS ENTREVISTAS	47
4.1 ANÁLISE DOS COMPONENTES DAS PRÁTICAS ATRAVÉS DA PROPOSTA TEÓRICO-ANALÍTICA DE WARDE	47
4.1.1 Entendimentos.....	48
4.1.2 Procedimentos.....	53
4.1.3 Engajamentos	60
4.1.4 Itens de consumo	66
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS	69

5.1 CONSIDERAÇÕES QUANTO A TEORIA	69
5.2 CONSIDERAÇÕES QUANTO AO MÉTODO	70
5.3 CONSIDERAÇÕES QUANTO AOS ACHADOS NO CAMPO	71
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	73
ANEXO I – PROTOCOLO DE ENTREVISTA	79
ANEXO II – ROTEIRO SEMIESTRUTURADO I	80
ANEXO III – ROTEIRO SEMIESTRUTURADO II	83

1 INTRODUÇÃO

O consumo de alimentos satisfaz uma necessidade biológica de qualquer ser vivo, mas no caso dos seres humanos, imersos em ambientes socioculturais, o consumo de alimentos está relacionado a diversos outros aspectos da vida. Canesqui (2005, p. 203 - 204) destaca que:

A comida não é ingerida apenas por razões nutricionais apesar de ela preencher necessidades vitais e biológicas fundamentais que garantem a própria vida e sobrevivência dos seres humanos. São bastante complexos os condicionantes que interferem na alimentação, que combinam uma multiplicidade de fatores e a interdependência entre o homem biológico, o homem social e o cultural. (...) O ato de se alimentar gera estruturas de crenças e representações que não se desfazem com os progressos da ciência e com ela convivem.

Assim, além do impacto nutricional, há um conjunto de componentes sociais que relacionam corpos e alimentos, que envolvem a escolha, a preparação, o compartilhamento e a ingestão do alimento (CASOTTI; THIOLENT, 1997). O processo alimentar é coletivo, culturalmente influenciado e vivenciado através do corpo. Fatores sociais, demográficos e econômicos, como o processo acelerado de urbanização, o aumento da participação feminina no mercado de trabalho e o recente aumento da renda familiar brasileira exercem uma influência muito grande na relação entre indivíduos e suas práticas alimentares (BEZERRA et al., 2013).

No suprimento dos alimentos também podem ser constituídas relações dos indivíduos entre si e com o ambiente, que se transformam em virtude do trabalho humano e das aplicações das tecnologias na produção dos meios de sobrevivência e das trocas subsequentes (CANESQUI, 2005). A ingestão de alimentos tem efeitos diretos sobre o corpo, pois é o corpo responsável pelo processamento do mesmo. Mas, além disso, o papel social da alimentação também está baseado em um desempenho corporal. A associação entre corpo e alimento é permanente e envolve dimensões biológicas, sociais e culturais.

Dentro dos estudos de consumo, a discussão a respeito do corpo conta com esforços de compreensão dos aspectos relacionados às dimensões sociais do corpo e seu controle (THOMPSON; HIRSCHMAN, 1995); imagens do corpo (HALL; O'MAHONY, 2002; BANISTER; HOGG, 2002); interações entre corpo, self e objetos

materiais (LAI; DERMODY, 2009); e até mesmo a respeito da observação grotesca do corpo (GOULDING et al. 2003). Tratando o corpo como uma mercadoria localizada em um mercado específico, Tonini e Sauerbronn (2013, p. 84) ressaltam que “o valor do corpo para a mulher é definido pela capacidade desse corpo gerar aceitação frente aos grupos sociais que ela frequenta e envolve a adoção dos meios adequados para se atingir objetivos interpessoais”.

Dessa forma, segundo Goldenberg e Ramos (2002), o corpo é objeto de atenção especial nos grandes centros urbanos brasileiros, com exibição pública enfatizada. Os corpos estão presentes nas rotinas dos indivíduos através das interações entre pessoas, mas também via mídia de massa, de onde são apresentados como forma de imposição de um determinado padrão estético que ganha a denominação de “boa forma” (GOLDENBERG; RAMOS, 2002). Os “corpos virtuais”, conforme Tonini e Sauerbronn (2013), servem como fontes de significados para o corpo feminino.

O corpo é constituído de matéria e se desenvolve a partir da ingestão de alimentos. As mulheres tem uma grande preocupação com a alimentação e com o corpo. O nosso corpo é abastecido pelo ato de se alimentar, porém o alimento é algo bem mais significativo do que apenas o abastecimento do corpo para mantê-lo em bom funcionamento. Como já apontado por Amaral (2011), estudar o corpo é saber de seus usos e sentidos, como por exemplo, como a sociedade intervém sobre o corpo, pois existem modelos específicos que compõem os padrões e as identidades de cada pessoa. A autora destaca que o corpo pode ser entendido como um espaço onde

(se) localizam elementos culturais específicos de cada sociedade, suas normas e valores, como resultado do convívio entre a pessoa e o meio social, no que concerne ao corpo feminino, é necessário contextualizar a sua construção social a partir dos diferentes discursos que o tomaram como objeto e, desde então, ditaram as normas da corporeidade, mas também da própria condição de feminilidade. (AMARAL, 2011, p.115)

Nesse contexto, o corpo tem uma relação direta com a alimentação e ambos com o mundo social. A alimentação “faz parte do conjunto de necessidades vitais da humanidade e, deste modo, devido ao seu caráter natural”. (AMARAL, 2011, p. 241). Como já mencionado por Amaral (2011), na contemporaneidade a alimentação vem

sendo tratada como um tema privilegiado para análise de várias questões e entre elas a questão da saúde e do culto ao corpo.

Portanto, diante do exposto, procura-se responder à seguinte questão problema: De que forma as mulheres da Baixada Fluminense relacionam consumo, práticas alimentares e seus corpos?

Para responder a essa pergunta, além da discussão a respeito dos alimentos e da alimentação, é levantada a literatura sobre o corpo e o consumo do corpo apresentada no campo dos estudos de consumo. O ponto de partida é a ideia o consumo não se limita apenas à aquisição de um produto (alimento) com significados pré-determinados, mas que há também participação ativa da consumidora nesse processo. Os significados dos alimentos, então, passam a ser compreendidos a partir da forma com que as consumidoras os compreendem e os compartilham.

O corpus de dados é constituído de dez entrevistas longas em profundidade feitas exclusivamente com mulheres da Baixada Fluminense. Os protocolos de entrevista seguiram a proposta de McCracken (1988) e as entrevistas foram gravadas e transcritas. Suas análises tiveram como base na análise de conteúdo, conforme proposta por Bardin (2011). O quadro teórico-analítico desenvolvido a partir da proposta de Warde (2005) para a Teoria de Prática serviu como suporte para exploração e descrição do consumo de alimentos.

1.1 OBJETIVOS

1.1.1 Objetivo geral

Com base no contexto apresentado anteriormente, o objetivo desse trabalho é descrever e compreender as relações entre consumo e práticas alimentares das mulheres da Baixada Fluminense e seus corpos.

1.1.2 Objetivos específicos

É com base nos objetivos específicos que será realizado o levantamento de dados e de informações para se chegar ao objetivo geral do trabalho. Segue abaixo os objetivos específicos:

1. Verificar as relações entre o consumo de alimentos e o corpo;
2. Descrever as práticas alimentares das mulheres da Baixada Fluminense, bem como compreender a importância das práticas de consumo de alimentos;
3. Mostrar quais significados emergem da discussão sobre corpo e alimento com as mulheres da Baixada Fluminense;
4. Mostrar como o alimento se associa a construção social do corpo.

1.2 DELIMITAÇÃO DA PESQUISA

A pesquisa aborda as relações de consumo entre os alimentos e o corpo das mulheres da Baixada Fluminense por meio das suas práticas de consumo de alimentos. É importante especificar que a presente pesquisa busca compreender a relação entre consumo, práticas alimentares e o corpo exclusivamente das mulheres da Baixada Fluminense.

Na pesquisa proposta, o foco na relação entre mulher, consumo e os seus corpos é apresentado através das suas práticas alimentares. Isto é, essa relação será acessada através da Teoria de Prática que está em destaque na fundamentação teórico-epistemológica da pesquisa. Assim, a perspectiva epistemológica da pesquisa está fundamentada na abordagem prático-teórica de Alan Warde. O autor publicou em 2005 no *Journal of Consumer Culture (JCC)* o artigo intitulado *Consumption and Theories of Practice*, introduzindo aos pesquisadores do consumo a Teoria da Prática e estimulando-os a utilizá-la nos estudos ou pesquisas sobre a cultura de consumo.

Apesar da pesquisa também ter uma relevância para os indivíduos do sexo masculino, uma vez que a alimentação é uma prática dos indivíduos em geral, essa dissertação tem o objetivo de descrever e compreender as práticas de consumo dos alimentos apenas das mulheres da Baixada Fluminense e as relações com seus corpos. A pesquisa aborda o consumo dos alimentos através das práticas de consumo, ou seja, da experiência e dos significados que as mulheres da Baixada Fluminense dão aos alimentos ao consumi-los.

1.3 RELEVÂNCIA DA PESQUISA

Dentro da área de estudos de consumo os estudos relacionados já tem surgido há algum tempo a preocupação em se estudar o consumo de alimentos (vide GABEL; BOLLER, 2003; MIELE, 2006; ou, no Brasil, CASOTTI; THIOLENT, 1997; CASOTTI et al., 1998) e as relações entre consumo e corpo (vide THOMPSON; HIRSCHMAN, 1995; BANISTER et al., 2002; HALL; O'MAHONY, 2002; GOULDING et al., 2003; LING; DERMODY, 2009; FEATHERSTONE, 2010 e no Brasil: PEREIRA; AYROSA, 2012; SAUERBRONN et al., 2012; TONINI; SAUERBRONN, 2013; CHEUNG-LUCCHESI; ALVES, 2013). Como já apontado por Fonseca et al. (2011, p.3854) o interesse das ciências sociais pelo fenômeno alimentar não é novo e abrange diversos campos de estudo das ciências sociais, como antropologia cultural, antropologia social e sociologia do consumo.

As associações entre consumo de alimento e o corpo, surgem em diversos trabalhos, mas ainda não foram alvo de maior aprofundamento. Tais estudos assumem importância dentro do campo, tendo em vista as diversas questões relacionadas à saúde, aparência, bem-estar, entre outros.

No caso da presente pesquisa, as práticas alimentares e o corpo são dois assuntos que são relacionados como forma de responder a algumas questões. Esse estudo pretende alcançar relevância para as ciências sociais e para as organizações e principalmente para a área de marketing, mais especificamente para o campo que se denomina cultura e consumo no Brasil. Para tanto, a presente dissertação busca verificar as relações entre o consumo de alimentos e o corpo; descrever as práticas alimentares das mulheres da Baixada Fluminense; compreender a importância das práticas de consumo de alimentos; mostrar quais significados emergem da discussão sobre corpo e alimento com as mulheres da Baixada Fluminense; e mostrar como o alimento se associa a construção social do corpo.

Um grupo de mulheres da baixada fluminense serviu como grupo de informantes, fornecendo discursos que foram interpretados com base na teoria de prática de Alan Warde com sua noção de conexões. Do ponto de vista prático-teórico, o presente trabalho pretende descrever e compreender as relações entre consumo, práticas alimentares das mulheres da Baixada Fluminense e seus corpos. Com isso, espero contribuir para a literatura de estudos de consumo interessado por

entendimentos, procedimentos, engajamentos e itens de consumo da cultura de consumo através da teoria de prática de Alan Warde.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

2.1 CULTURA ALIMENTAR

A alimentação não está restrita apenas no aspecto nutricional, mas tem alguns outros fatores que são bastante importantes que estão relacionados significativamente com a cultura alimentar de cada indivíduo. Pode-se dizer que a escolha dos alimentos dos indivíduos, o modo de preparar e a forma de consumir estão relacionados com a identidade cultural.

Patriota (2002) diz que o exterior exerce um importante papel na formação de nossa identidade:

Que está presente no nosso imaginário e é transmitida, fundamentalmente, por meio da cultura. A identidade é o que nos diferencia dos outros, o que nos caracteriza como pessoa ou como grupo social. Ela é definida pelo conjunto de papéis que desempenhamos e é determinada pelas condições sociais decorrentes da produção da vida material. Quando nos referimos à identidade cultural, referimo-nos ao sentimento de pertencimento a uma cultura nacional, ou seja, aquela cultura em que nascemos e que absorvemos ao longo de nossas vidas. Ressaltamos aqui, que esta identidade não é uma identidade natural, geneticamente herdada, ela é construída.

Para a antropologia, a cultura pode ser entendida como um *sistema simbólico*, bem como um conjunto de mecanismos de controle, planos, receitas, regras e instruções que conduzem a conduta humana. Esses símbolos e significados são compartilhados entre os membros do sistema cultural, adotando um caráter público e, portanto, não individual ou privado (BRAGA, 2004, p. 38).

A cultura pode ser vista como um sistema simbólico e diante dessas afirmações pode-se assegurar que os hábitos alimentares fazem parte de um sistema cultural repleto de símbolos, significados e classificações, de maneira que nenhum alimento pode estar livre de algumas associações culturais que é atribuída pela sociedade, portanto, nesse sentido pode-se dizer que essas associações determinam aquilo que o indivíduo come e bebe e também o que é comestível e o que não o é (BRAGA, 2004, p. 39).

A literatura da Antropologia cross-cultural faz uma análise sobre os alimentos. A mesma mostra a grande influência da cultura na determinação do que comemos.

Antes do indivíduo ingerir qualquer alimento é “preciso ser capaz de reconhecê-lo, identificá-lo, entender o seu lugar na sociedade e classificá-lo como apropriado.” (CASOTTI et al, 1998, p. 3)

Para os brasileiros nem tudo que alimenta pode ser sempre bom ou até mesmo sociavelmente aceitável. Segundo DaMatta (1984): “Nem tudo que é alimento é comida. Alimento é tudo aquilo que pode ser ingerido para manter uma pessoa viva; comida é tudo aquilo que se come com prazer...Temos então alimento e comida”. Comida para DaMatta (1984) define não apenas a substância (alimento), mas também um modo, um estilo e um jeito de alimentar-se. A comida está associada aos costumes, às classes sociais e às formas de identificação dos sujeitos. Ainda segundo DaMatta (1984, p.56): “o jeito de comer define não apenas aquilo que é ingerido como também aquele que a ingere”.

A diferenciação entre comida e alimento é muito interessante a essa pesquisa e traz uma discussão a respeito da diferença entre comida e nutrição. O alimento é nutritivo enquanto entendido como capaz de atender às necessidades fisiológicas. A comida está relacionada ao sentimento, ao costume, às práticas.

Para Câmara Cascudo (1983) a alimentação é o local em que cardápios se montam e se estabelecem, sendo pouco alterados ao longo do tempo por observações nutricionais ou preocupações a respeito de equilíbrio energético proteico. Para o autor o apego ao prato preferido não é afetado por constatações negativas a seu respeito. Segundo Câmara Cascudo (1983), o indivíduo preserva sua alimentação porque está preso a um hábito construído com base no sabor, no custo, na acessibilidade ou na conveniência do alimento.

Como reforçam Casotti et al. (1998), a cultura e os aprendizados adquiridos na infância exercem uma influência muito grande nos hábitos e práticas alimentares de cada indivíduo. Assim, o comer tem ligação intrínseca e direta com os sentimentos e emoções do indivíduo e a comida está intimamente ligada às suas experiências emocionais. Torna-se difícil, no ato de comer, separar o lado fisiológico do psicológico (CASOTTI et al., 1998, p. 4).

2.2 CONSUMO DE ALIMENTOS

A alimentação de cada pessoa não está baseada apenas no ato de comer, pois alimentar-se vai além disso. A mesma envolve o consumo alimentar que podem

ser feitos dentro de casa e fora de casa, a escolha pelos alimentos e a forma que cada indivíduo consome os seus alimentos envolvem as práticas, os hábitos, a cultura, os grupos sociais, entre outros. Fonseca *et al* (2011, p. 3854) ressaltam que:

Inicialmente, a comida é percebida como um sistema de comunicação, um corpo de imagens, um protocolo de usos, situações e condutas. Quando um alimento é comprado e consumido, ele deixa de ser apenas um alimento e passa a ser um signo. Consumido, esse mesmo alimento expõe e transmite uma situação, e assim constitui uma informação, tornando-se significante. Na linguística, o signo representa a união de significado - entendido como conceito - e significante, que pode ser uma imagem acústica ou gráfica do elemento. Em relação ao alimento, essa significante ganha uma nova dimensão ao ser fisicamente consumido, acionando uma gama ainda maior de sentidos.

O alimento envolve uma gama de significados e sentidos e esses são diferentes para cada indivíduo, por exemplo, a forma de consumir, a forma de fazer e a forma de comer podem abranger muitas situações e significados diferentes para quando realizados. Todos estes envolvem práticas que são realizadas pelo corpo para que sejam concretizadas.

A mulher causou na sociedade contemporânea uma grande evolução. Fonseca *et al* (2011) afirmam que parte dessas evoluções que aconteceram na indústria de alimentos foram estimuladas por uma tendência mundial.

As mulheres conseguiriam feminizar a sociedade de consumo de uma forma geral e:

Essa tendência tem gerado mudanças marcantes na estrutura e nas relações familiares, além de repercutir de forma considerável no conjunto da sociedade. Apesar das conquistas alcançadas no que se refere à equidade entre os gêneros, a mudança na divisão das tarefas domésticas parece ter alterado pouco a vida cotidiana da mulher. (...) A verdadeira novidade reside na tensão vivenciada pelas novas profissionais, que precisam dividir seu tempo entre a carreira e a família. Devido a isso, além das dificuldades práticas presentes nessa conciliação, algumas mulheres sentem mal-estar e até culpa por um possível desprendimento do espaço doméstico. Esta tensão tem gerado uma crise na percepção que as mulheres têm sobre sua identidade e seu papel na sociedade. A crise da identidade feminina se tornou um tema relevante na mídia, que divulga o estereótipo da super-mulher (FONSECA *et al*, 2011, p. 3855).

O consumo possui uma importante função ao construir as identidades dos sujeitos (PEREIRA; AYROSA, 2010). Os significados que os consumidores atribuem no momento do consumo pode ter uma forte relação com as identidades. Pereira e Ayrosa (2010, p. 5) destacam que:

A identidade está relacionada àqueles aspectos identitários que surgem do pertencimento do sujeito a grupos étnicos, raciais, linguísticos, nacionais, ou seja, a seu pertencimento a um ou mais grupos que partilham as mesmas atitudes, crenças e valores. Dessa forma, a identidade cultural está relacionada a uma construção social e histórica por parte de um grupo que compartilha ideias, valores, modos de vida e símbolos.

Além das questões identitárias existem outras tendências apontadas em relação ao comportamento do consumidor de alimentos e Cassotti e Thiollent (1997) destacam duas:

Que foram encontradas em vários autores Kaynak (1984), Frazão e Allshouse (1994), Mennell (1992), Lazer et al. (1994) que discutem o tema. Uma é a questão do tempo cada vez menor para preparar as refeições, ou seja, a necessidade de um alimento rápido e conveniente e a segunda, que é o principal alvo de nosso interesse, é a questão do alimento associado à saúde que tem despertado a atenção dos consumidores em relação aos atributos nutricionais dos alimentos.

As empresas alimentícias tem que ter uma preocupação em atrair os clientes não só pela propaganda, mas pelo o que o produto irá trazer de retorno e de benefícios para o consumidor. O mercado de alimentos está crescendo e se expandindo a cada dia e as indústrias de alimentos investem cada vez mais em propagandas, pois surge um novo perfil de consumidor que vem exigindo alimentos mais equilibrados. Segundo Marins *et al.* (2011, p. 3874) “um novo perfil de consumidores, preocupados com a estreita relação alimentação-saúde-doença, vem exigindo das indústrias alimentícias novas estratégias de mercado”.

Casotti e Thiollent (1997) destacam que os sistemas agroindustriais começam a se conscientizar:

Da crescente importância dos aspectos nutricionais, dos alimentos para os consumidores e as versões nutritivamente melhoradas começam a crescer dentro do leque das ofertas nesse setor de atividade. Pesquisadores tem descoberto que o modo como

comemos influencia diretamente nossa saúde física e emocional exercendo um papel determinante em muitas doenças.

O novo consumidor deseja alimentos mais saudáveis e equilibrados do ponto de vista nutricional, porém que seja de fácil preparo e mais atraentes. (MARINS *et al*, 2011)

As pessoas começam a separar os alimentos em bons e maus. Casotti e Thiollent (1997) exemplificam que o pão, feijão, azeite, brócolis e cenoura são de uma forma geral, colocados de certa maneira como bons e já a manteiga, a carne vermelha, os queijos e os doces são reconhecidos como não tão bons assim.

Essa associação de bom ou ruim geralmente está relacionada com a obesidade, probabilidades cancerígenas ou com problemas de colesterol. É importante dizer que essas “verdades” muitas vezes vem sendo mudadas conforme os cientistas aprendem mais sobre os nutrientes dos alimentos esses agem sobre o organismo humano e essas informações oficiais ou não podem chegar aos consumidores de uma forma duvidosa ou confusa (CASOTTI; THIOLENT, 1997).

“O consumo de alimentos e suas características nutricionais têm despertado interesse cada vez maior dos consumidores, das indústrias de alimentos, de políticas governamentais e da mídia em geral.” (CASOTTI *et al*, 1998, p. 1). Porém quando se procura entender o papel exercido dos alimentos nas vidas dos indivíduos:

Percebemos que ele não é apenas uma fonte de nutrientes para a sobrevivência, mas também uma fonte de gratificações emocionais e um meio de expressar nossos valores e relações sociais. De acordo com Ackerman (1992), a comida é grande fonte de prazer, um mundo complexo de satisfação tanto fisiológica quanto emocional, que guarda grande parte das lembranças da nossa infância. Rozin *et al* (1986) falam sobre a falta de conhecimento quanto a origem das preferências, gostos e atitudes das pessoas em relação aos alimentos e atribui essa falta ao fato da psicologia, a ciência apropriada para explorar esta questão, ter se preocupado em entender o que determina as quantidades de alimentos que comemos e não o que comemos ou como selecionamos o que comemos. (CASOTTI; THIOLENT, 1997).

Steenkamp (1993) discute uma abordagem voltada para o comportamento do consumidor de alimentos, o autor propõe uma taxonomia dos três determinantes mais relevantes do comportamento do consumidor de alimentos: os fatores

relacionados ao próprio indivíduo, a propriedade dos alimentos e os fatores do ambiente. A alimentação exerce um papel central na vida dos consumidores, porém a alimentação é fonte de experiências hedônicas e de nutrição, além de suas funções social e cultural e tem considerável importância econômica desde uma parte importante do orçamento familiar é alocada para a compra de alimentos (STEENKAMP, 1993).

2.2.1 A globalização e o consumo de alimentos

Para compreendermos a relação entre a globalização e o consumo de alimentos é necessário compreender também o conceito de globalização que para Clegg et al (1998), é um conjunto de mudanças nos padrões tradicionais de produção, investimentos e comércio internacionais, que de forma popular podemos dizer que é ausência de fronteiras e barreiras para o comércio entre as nações, produzindo uma tendência mundial de homogeneidade e uniformidade.

A globalização apresenta um cenário transformador, Brum (2002) afirma que a globalização abre oportunidades de inovações tecnológicas úteis para a satisfação e evolução da espécie humana como um todo. Portanto é importante uma mudança de paradigma a fim de compreender essa nova realidade contemporânea (SANTOS, 1997, p. 48), redefinindo a noção de tempo e consequentemente inserindo novas práticas de consumo.

De acordo com Siqueira e Pereira (1998) o processo de globalização está trazendo profundas transformações para as sociedades contemporâneas. Juntamente com a Globalização inicia-se um amplo processo de transformações sociais e este traz uma diversidade a níveis culturais.

A globalização traz para a sociedade novas práticas de consumo de alimentos e isso é decorrente do crescente número de alimentos industrializados e principalmente da alimentação do tipo *fast-food*. De acordo com Casotti e Thiollent (1997), a indústria de alimentos começa a se movimentar e alimentos com novos atributos nutricionais começam a ser produzidos com as mais diferentes finalidades. Como já demonstrado por Garcia (2003), a sociedade moderna tem acesso aos alimentos determinado por uma estrutura socioeconômica envolvendo as políticas econômicas, sociais, agrícola e agrária. Portanto, o consumo e as práticas

alimentares são fatores determinantes culturais e psicossociais e são determinados pela condição da classe social.

Com base em Banerjee e Linstead (2001) os aspectos econômicos, políticos, sociais e culturais estão cada vez mais globalizados e com isto temos o surgimento de um padrão que pode ser chamado de cultura global que é determinado por um processo de transformação para uma cultura de consumo, porém está sendo trazida por uma nova realidade para sociedade cultural através do multiculturalismo, ou seja, da diversidade na cultura.

A globalização traz uma perda na identidade cultural alimentar, pois aumentou consideravelmente a produção e o consumo de alimentos industrializados. Esse aumento no consumo de produtos industrializados e também da alimentação do tipo *fast-food* podem ser consequência da falta de tempo que as pessoas possuem para se alimentar, já que cada vez mais as pessoas não dão prioridade a uma boa alimentação.

Essas mudanças que atingem os hábitos alimentares trazidas pela globalização não ocorrem apenas em países industrializados, mas também em âmbito mundial.

Como já apontado por Hernández (2005), pode-se encontrar na origem do processo de homogeneização alimentar uma evolução, ou seja, um progresso nos modos de vida e nas atividades menos produtivas. Encontra-se uma mudança na vida social e econômica das pessoas que está associado ao desenvolvimento dos salários e no papel da mulher desempenhado na sociedade e no mercado de trabalho que muda da produção doméstica alimentar para o sistema de mercado. Com isso, essas mudanças estão ligadas ao aumento no nível de vida e isso pode ser considerado um exemplo de mudanças sofridas nos hábitos alimentares, pois a procura de produtos industrializados e da alimentação do tipo *fast-food* tem aumentado gradativamente por serem alimentos mais rápidos e que não trazem nenhum trabalho e perda de tempo no momento do seu preparo.

O processo de homogeneização é caracterizado pelo processo de globalização, pois com ele é trazido um desaparecimento das produções de caráter local e perda de identidade cultural. A sociedade era mais agrícola e de subsistência do que industrial. Perde-se um pouco da identidade cultural quando no caso do Brasil trocamos com muita frequência um prato de arroz com feijão por um alimento industrializado. Conforme Casotti e Thiollent (1997), as informações que chegam

aos consumidores sobre alimento saudável, está criando certa confusão, ao mesmo tempo em que há conscientização a respeito das consequências que alguns alimentos trazem à saúde, muitos ainda apresentam resistência quanto a ideia de que certas vitaminas e vegetais podem prevenir doenças e prolongar a vida.

E como já apontado por Boaventura (2006), dentro do processo de globalização temos um segundo processo que é chamado de globalismo localizado e esse processo é constituído pelo impacto de práticas e imperativos transnacionais nas condições locais e estes são desestruturados e reestruturados de modo a responder a esses imperativos e o segundo processo, ou seja, o globalismo localizado inclui a eliminação do comércio tradicional e a agricultura de subsistência. O que prova ainda mais que a industrialização está tendo um crescimento significativo.

Os produtos industrializados passam a reger cada vez mais a alimentação humana e isso é consequência das fortes estratégias¹ de marketing utilizadas pelas empresas agroalimentares e não pelas práticas tradicionais, pelas experiências racionais e pela cultura.

O modelo de sociedade que está relacionada ao hiperconsumo de produtos industrializados que foi de certa forma originada e desenvolvida nos EUA, e tem se expandido pelo mundo. Apesar de algumas pessoas e principalmente os nutricionistas rejeitarem esse tipo de alimentação por estes não serem indicados para consumo constante, pois os padrões nutricionais não são indicados por serem muito calóricos e por terem uma parcela de culpa no aumento do índice de obesidade em vários países.

Como já demonstrado por Hernández (2005), o consumo dos alimentos industrializados tem aumentado cada vez mais e isso acontece pelo controle das grandes empresas agroalimentares que detém os processos de produção e de distribuição dos alimentos e este consumo aumenta não só em quantidade e variedade, mas também na porcentagem dos gastos orçamentários domésticos. E a industrialização não está presente somente nos alimentos mais calóricos, mas também nos vegetais, nos legumes e nas frutas para que estes tenham uma maior

¹ “Essas estratégias apresentam uma dimensão ‘multinacional’ e/ou ‘global’, afetando também os países do Terceiro Mundo, onde os maiores ou menores efeitos dependem, em certa medida, das diferentes comunidades que se incorporam à economia monetária, e as mudanças introduzidas nos modos de produção pressupõem a menor dedicação à terra e ao trabalho para subsistência e maior cultivo comercial.” (MANDERSON, 1988 *apud* HERNÁNDEZ, 2005, p. 133)

conservação e uma maior durabilidade. A tecnologia alimentar que a cada dia vai avançando e trazendo novidades para o mercado industrial.

Como já mencionado por Hernández (2005), os consumidores não conhecem tudo sobre a evolução das inovações tecnológicas dos alimentos, pois a alimentação se modificou profundamente e a sociedade não sabe que nesse quadro evolutivo os papéis das indústrias alimentares apresentam-se de forma dual. As empresas se apresentam de forma natural, ou seja, precisam manter essa aparência para que os consumidores não tenham medo de consumir, pois estes produtos industrializados são rotulados por parte da sociedade como perigosos e não benéficos para a saúde, sendo que por outro lado as indústrias alimentares são artificiais e não totalmente naturais e por isso essa dualidade.

Ainda conforme conclusões de Casotti e Thiollent (1997), embora o assunto alimento associado a saúde ocupe espaço cada vez maior nos meios de comunicação e nas prateleiras dos supermercados, as empresas parecem ainda tímidas em suas práticas e algumas pessoas ficam desconfiadas com essas práticas, pois não entendem até que ponto as indústrias estão preocupadas com os consumidores.

Podemos perceber que a artificialidade dos produtos trazem problemas ao consumidor e não somente problemas ligados à saúde, mas também no prazer de comer que pode estar relacionado na falta de sabor, nas mudanças e nas alterações que os alimentos sofrem com tanta tecnologia.

Não se pode concluir que o desenvolvimento tecnológico está somente preocupado com o menor custo do produtor, do transportador e dos revendedores, mas se pode dizer que tem uma maior parcela de preocupação com as necessidades das potências predominantes que envolvem o capitalismo global, e isso mostra que se tem uma preocupação maior com estas potências do que com o próprio consumidor ou sociedade.

Dentro da esfera do desenvolvimento tecnológico que está ligado diretamente à globalização como mencionado por Banerjee e Linstead (2001), o capitalismo global pode ser considerado um processo de desculturação e aculturação dentro do processo de globalização, pois o capitalismo global atende as necessidades das potências ocupantes. Nesse mesmo discurso a democracia é conceitualizada como capitalismo global e a democracia é sustentada por este capitalismo, que transforma os indivíduos em consumidores para proteger o sistema do comércio mundial. Esse

discurso esclarece um pouco essa grande preocupação e uma proteção com o mercado mundial do que com os próprios consumidores.

Como já apontado por Garcia (2003), a industrialização e a globalização da economia vem atuando com um papel importante, pois existe uma grande variedade de produtos e serviços que estão distribuídos em âmbito mundial e com um forte investimento na publicidade pelas indústrias de alimentos. Essas indústrias estimulam as pessoas a consumirem cada vez mais alimentos industrializados, pois garantem alimentos mais saborosos e com mais rapidez.

A globalização exerce um grande papel nas mudanças nas práticas alimentares. A praticidade, a falta de tempo, a publicidade podem ser considerados pontos fortes para a mudança dos hábitos alimentares e isso faz com que sejam incorporados pelas indústrias de novos alimentos, novas formas de consumo e de preparo do alimento.

Como já demonstrado por Garcia (2003), a resistência aos alimentos industrializados também pode ser encontrada no mundo globalizado, pois envolve uma cultura, uma identidade construída e práticas que já foram estabelecidas e valorizadas. Apesar de a globalização trazer consigo o multiculturalismo e a vontade de fazer parte do outro e pode-se usar como exemplo específico o Brasil que possui uma diversidade cultural, já que o brasileiro tem uma facilidade de absorver práticas de outros países como a cultura americana e a europeia por serem referências no âmbito mundial.

As pessoas cada vez mais tem plena consciência de que estão se afastando de sua cultura de uma forma geral e que estão perdendo um pouco ou até mesmo uma grande parte de sua identidade cultural. Os países participam de uma economia global ocasionando mudanças nos comportamentos e nos padrões culturais.

Um aspecto já mencionado por Banerjee e Linstead (2001), é a relação de poder que é exercida na globalização. Um bom exemplo é o colonialismo, a política de exercer o controle ou autoridade sobre um território. Esse tipo de prática continua atualmente firme no Terceiro Mundo através das culturas de agricultura, urbanização e do uso da terra para a industrialização. Os benefícios de esta forma de crescimento econômico são voltados para quem detém o poder. E muitas vezes o crescimento econômico é um processo impetuoso, pois muitas pessoas dependem da terra para o seu sustento, ou seja, a industrialização não é benéfica para estas pessoas.

Nessa mesma linha, encontramos tendências nas sociedades de consumo derivados da globalização. Como já destacado por Proença (2010), a industrialização traz uma série de fatores que contribuem para novas formas de se alimentar e de se comportar mediante as novas tendências. Esses fatores são: uma maior valorização de se alimentar fora de casa, porém muitas pessoas não possuem outra opção por trabalharem longe de casa; a autonomia em relação à diversidade cultural que traz uma quebra com as tradições e os padrões culturais; a conveniência que está intimamente ligado ao que se tem mais rápido e com mais disponibilidade para se alimentar; uma grande desestruturação alimentar; a valorização apenas do mundo moderno, ou seja, o cosmopolitismo e; uma maior preocupação com a saúde e com o equilíbrio alimentar. Esses dois últimos fatores mostram que mesmo com a industrialização dos alimentos apesar de se ter poucas variedades ainda existe a possibilidade de se alimentar com qualidade e com segurança.

Em contrapartida, todos os outros fatores trazem modificações na cultura alimentar, afetando a qualidade da alimentação. O aumento na frequência da alimentação feita fora de casa e a preferência pela compra de alimentos prontos em mercados e uma maior tendência da alimentação do tipo *fast-food* são fatores que favorecem a diversificação dos padrões de vida e o consumo de alimentos industrializados que são consequência da Globalização.

A cultura da alimentação do tipo *fast-food* mostra-se como uma tendência que se apresenta como uma realidade combinada com o pensamento moderno global. As predileções pela variedade existente no mercado de consumo, em detrimento da qualidade e do sabor acabam ocasionando à ausência de uma tradição local ligada a cultura alimentar favorecendo assim produtos de status que influenciam os hábitos de consumo da população.

Como já abordado por Banerjee e Linstead (2001), a globalização traz como resultado o surgimento de uma cultura global. Os consumidores contemporâneos e os mercados globais são criados através da interligação da economia com a cultura. Essa temática está sendo articulada em âmbito da globalização cultural, pois a globalização ocasiona de certa forma a homogeneização.

A cultura global relacionada com a alimentação pode ser analisada sob várias perspectivas. Como já mencionado por Oliveira e Thébaud-Mony (1997), existe uma perspectiva econômica, onde temos uma relação entre a oferta e a demanda, os

custos dos alimentos e a renda dos indivíduos que constituem a sociedade e estes podem ser considerados como os principais componentes; uma perspectiva nutricional voltado para o que constitui os alimentos; uma perspectiva social, que está ligada as associações que os indivíduos fazem de trabalho com a alimentação, os estilos diferentes de vida e a forma de consumir; a perspectiva cultural, que está relacionado aos hábitos alimentares, às tradições locais, as práticas de consumo, as preferências e o significado que as pessoas dão ao se alimentar.

Todas essas perspectivas quando são reunidas mostram que afetam vários fatores, ou seja, a globalização quando atinge a cultura alimentar ela afeta os fatores econômicos, sociais, nutricionais e culturais.

O processo de globalização afeta as tradições alimentares e de certa forma o patrimônio cultural, e por mais que este processo tenha surgido há décadas este vêm atingindo com maior intensidade o mundo contemporâneo. A globalização corresponde a um processo dinâmico e de interação com o mundo.

O mundo global traz bastantes benefícios também para as nações, pois temos uma expansão dos mercados alimentícios e das empresas transnacionais gerando um aumento no fluxo de capitais e de produtos variados pelo mundo. Este processo faz com que os países emergentes possam participar de forma ativa no sistema econômico mundial através das trocas.

A industrialização dos alimentos para alguns também é algo benéfico, pois as pessoas procuram praticidade e conveniência como já citado, pois por terem uma vida corrida e por terem pouco tempo para se alimentar priorizam os alimentos industrializados e a alimentação do tipo *fast-food*.

Como já mencionado a globalização influencia bastante na cultura e nos hábitos alimentares da sociedade. Pode-se perceber que temos um aumento contínuo no consumo de alimentos industrializados e uma redução no consumo de alimentos tradicionais. Temos um forte investimento em publicidade pelas empresas que atuam nesse ramo e conseqüentemente fazem com que haja esse aumento no consumo dos alimentos industrializados.

As inovações tecnológicas na área de alimentação vêm crescendo cada vez mais e permite a expansão do mercado e as interações entre os países de todo o mundo. A globalização atinge muito além da cultura alimentar dos países, mas também todas as áreas da sociedade, porém o nível de intensidade que os países

são atingidos pelo mundo global é distinto, pois depende da integração e o desenvolvimento dos países.

2.3 CORPO E SEUS SIGNIFICADOS

O corpo tem sido notadamente nos últimos anos, assunto/tema de inesgotável e diversificada bibliografia; acadêmicos e não acadêmicos têm discutido o assunto (SANTOS, 2008). Como já mencionado por Giacomini (2004, p. 406), o corpo pode ser visto como uma fonte inesgotável de símbolos e sua visão pode ser entendida como um fato social, ou seja, uma construção cultural e não algo tão natural.

Segundo Malysse (2002, p. 2), no Brasil:

O toque pontua todas as interações sociais as pessoas se encontram fisicamente, começando pelo abraço para dizer bom dia, e em seguida trocam inúmeros contatos durante a conversa: a positividade em relação ao corpo pode ser lida facilmente em todos os aspectos da sociabilidade brasileira.

É importante destacar que embora os mecanismos altamente eficientes de individualização que, segundo Giacomini (2004, p. 409) responsabilizam cada indivíduo por sua aparência, sendo assim:

Instaura-se uma nova moralidade, a da “boa forma”, referida juventude, beleza e saúde e, conseqüentemente, acentuando particularismos ao fazer de cada indivíduo uma espécie de escrutinador de cada detalhe de seu corpo e aparência, não deixa de fazer coexistir, ao lado desses movimentos que promovem ou acirram uma espécie de autocentramento ou individualização, alguns outros imperativos, igualmente eficazes, porém opostos e contraditórios.

Essa preocupação com a aparência, saúde e imagem corporal está relacionado à alimentação que as mulheres levam atualmente.

Como já destacado por Witt *et al* (2011, p. 3909), a quantidade de mulheres que vem se submetendo a uma alimentação saudável e a dietas para controle do peso vem aumentando cada vez mais. Este tipo de atitude que as mulheres acabam tendo em relação à alimentação pode estar ligado a uma vida mais saudável e também pode estar relacionado com a imagem corporal.

Pode-se perceber uma mudança nas práticas alimentares dessas mulheres que se submetem a dietas para controlar o peso. Salientando-se sempre que as práticas só acontecem através do corpo, nessa pesquisa não estamos procurando um estereótipo do melhor corpo, mas sim as práticas alimentares que as mulheres realizam através do seu corpo.

É importante destacar que a comida é diretamente participativa na construção do corpo e não só vindo pelo lado da sua materialidade, mas também nos aspectos culturais e simbólicos. O alimento pode se diferenciar das diferentes formas de consumo porque ele é literalmente incorporado e atravessa as fronteiras do *self*. (SANTOS, 2008). O *self* está relacionado com o si mesmo, ou seja, com a representação cognitiva/afetiva da identidade do indivíduo com a sua experiência.

As práticas alimentares acabam refletindo no corpo, pois existem desafios que persistem como a fome e o apetite, bem como os desejos alimentares (SANTOS, 2008):

A estes, exigem uma vigilância e reconstruções de significados: da mesma forma em que há uma excessiva “patologização” das formas e práticas corporais – obesidade, caquexia, vigorexia – há também uma excessiva “patologização do comer” que vai desde as compulsões alimentares, as bulimias até restrições cognitivas extremas como as vinculadas à anorexia (Santos, 2003a). A própria fome que poderia ser considerada como uma resposta sábia do corpo clamando pela necessidade de comida, passam a serem considerados como objeto da psicologia. Sentir fome, que já foi um dia estimulado e sinônimo de estar saudável, hoje representa mais um problema patológico. Não é normal sentir fome. Representa uma falta de controle de si mesmo, uma incapacidade de domesticar a própria natureza (SANTOS, 2008, p. 46-47).

“O corpo tem sido pensado, representado e objeto de ação ao longo da história da humanidade de alguma maneira” (SANTOS, 2008, p. 27):

(...) Por exemplo, as novas formas de representar o corpo considerando o papel da mídia e da tecnociência. A intimidade do corpo nunca tinha sido tão exposta e explorada, seja em relação à sexualidade seja em relação ao seu interior¹. Partindo das dissecações do corpo que marcaram a emergência da anatomia moderna por volta do século XVI, as suas imagens internas estão sendo reveladas com o apoio de um aparato tecno-científico que as produzem - radiografias, ultra-sonografias, ressonâncias magnéticas, dentre outros. Definitivamente, tais tecnologias mudam as formas de ver o corpo muitas vezes até confundindo o mundo virtual e o mundo real. Nada em relação ao corpo pode ficar escondido do olhar.

“O corpo então não está sendo visto uma entidade passiva que portamos e sim “um sistema de ação, um modo de práxis”. É na construção do corpo que construímos também a nossa identidade” (SANTOS, 2008, p. 26). O corpo é essencial para que as práticas sejam realizadas.

Segundo Goldenberg e Ramos (2007), a partir do final da segunda metade do século XX o corpo passou por crescente exaltação, com maior exibição pública e evidente controle. Essa aparente liberação do corpo foi criada pela mídia com a finalidade de criar um processo civilizador do corpo (ACEVEDO et al., 2006; EISEND; MOLLER, 2006; SCHROEDER; DOEBERS, 2007). Atualmente, a exposição do corpo não exige somente o seu controle biológico, mas também um (auto) controle de sua aparência física imposta pelos modelos corporais padronizados na mídia (GARRINI, 2007; GOLDENBERG; RAMOS, 2007).

Malysse (2007), em seu estudo sobre o visual da corpolatria, percebeu que a visão do corpo do outro influenciava a percepção que cada sujeito tinha do seu próprio corpo, e que, por meio de mimese social, o visual tornava-se social. Assim, há uma construção cultural do corpo, com uma valorização de certos atributos e comportamentos em detrimento de outros, fazendo com que haja um corpo típico para cada sociedade.

Sabino (2007) ressalta que as revistas e a televisão, associam a imagem de atrizes, modelos e personalidades de forma implícita ou explícita à concepção de que as mulheres de sucesso devem ser, magras, musculosas, praticantes de atividade física e sempre preocupadas com a alimentação. No Brasil, as mulheres imitáveis são as modelos, atrizes, cantoras e apresentadoras de televisão, todas fazendo uso do seu corpo como capital. Ao se entender o corpo como capital, esse passa a ser alvo de investimentos de tempo e dinheiro e, quando em forma, apresenta-se como sucesso pessoal (GOLDENBERG, 2007). O corpo da publicidade materializado e difundido em diversas linguagens expressa os significados de uma cultura, pois as representações criadas para o corpo descrevem os sujeitos que compõem a sociedade como são ou gostariam de ser (HOFF, 2005).

Tonini e Sauerbronn (2013) propõem que o corpo pode ser entendido como um objeto de valor em um mercado ao se adotar a perspectiva da objetificação do corpo e tomam emprestado a ideia de corpo como capital, proposta por Goldenberg e Ramos (2007). Como consequência se aproximam da proposta de Thompson e

Hirschman (1995) e percebem a dominação do corpo por uma estrutura de mercado, que permite pouca ação ao indivíduo e o enquadra dentro de um conjunto de atividades físicas, dietas e cuidados estéticos ofertados como forma de investimento nesse corpo/objeto.

Thompson e Hirschman (1995) exploraram a socialização do corpo na sociedade de consumo pós-moderna e apontam para o surgimento de uma ideologia de auto-controle, para processos sociais de normalização e problematização do corpo e para a operação de um olhar social disciplinador. Segundo os autores, a construção social do self envolve o enredamento do indivíduo em um sistema de conhecimento que o leva aos processos socioculturais de definição do que é um corpo atraente, saudável ou belo. Nesse sentido, o indivíduo está envolvido em um permanente monitoramento de sua auto-imagem e se esforça para adequar seu corpo a uma norma. Como consequência, o indivíduo separa seu corpo de si e o transforma em um objeto que passa a ter significado em um determinado grupo social. Os autores propõem que o mercado ao mesmo tempo interfere nos significados do corpo compartilhados entre indivíduos e oferece produtos e serviços para que os indivíduos ajam disciplinadamente a seguir uma ideologia cultural concretamente manifestada através da mídia de massa, da propaganda, dos pronunciamentos científicos do curso dos encontros sociais (THOMPSON; HIRSCHMAN, 1995).

Retornando à proposta da Teoria de Prática, pode-se constatar um conjunto de práticas relacionadas ao corpo. Assim acontece com as práticas alimentares, sendo que o corpo é elemento essencial para que as práticas sejam realizadas. Na teoria da prática com relação ao corpo, as práticas são atividades corporais rotineiras e o desempenho corporal é o local do social.

MODELO	TEORIA DA PRÁTICA
CORPO	Práticas são atividades corporais rotineiras Desempenho corporal é o local do social

QUADRO 4: Teoria de Prática como Teoria Cultural Segundo Reckwitz.

Fonte: adaptado de Lima e Maciel (2012)

2.4 PROPOSTA EPISTEMOLÓGICA DA TEORIA DE PRÁTICA

A presente seção apresenta a proposta epistemológica da teoria de prática e a forma como essa episteme é utilizada na presente pesquisa. A teoria de prática está alinhada com a perspectiva de compreensão do consumo como atividade social imersa em significados. Dessa forma, fica claro a proximidade da escola da Teoria da Cultura de Consumo (ARNOULD; THOMPSON, 2005) e a proposição de uma pesquisa não baseada em processos de tomada de decisão do consumidor.

Como apontam Warde (2005) e Hargreaves (2011), o consumo em si acontece através das práticas de cada indivíduo e são estas que conseguem explicar o consumo. Isto é, o consumo acontece no interior das práticas e por causa delas dentro da perspectiva prática-teórica. As atividades e os momentos de consumo se originam no desempenho dessas práticas e sua origem não está relacionada as escolhas ou motivos individuais, nem a estruturas culturais (WARDE, 2005; HARGREAVES, 2011). Assim, o consumo pode ser explicado através da participação em uma prática, um vez que o consumo é encarado como um momento em que quase todas as práticas acontecem. Sendo assim, entende-se que o consumo envolve várias práticas (WARDE, 2005, p.137).

Warde (2005) destaca que as práticas têm suas próprias convenções institucionalizadas e coletivamente regulamentadas e, portanto, isolam em parte os indivíduos da influência dos produtores e de agências promocionais. Isso esclareceria o fato das inovações serem rejeitadas ao invés de adotadas. Isso não quer dizer que os produtores são espectadores no processo de inovação, mas o autor argumenta que os produtores tentam moldar as práticas em consonância com seus interesses comerciais.

A teoria da prática oferece um caminho próprio, que se configura como um trajeto diferente das abordagens tradicionais em relação à cultura de consumo (BORELLI, 2012). Segundo Borelli (2012, p. 1): “ao transferir o foco das ciências sociais para as práticas geradas pelas interações entre indivíduos e estruturas sociais, a *Practice Theory* oferece uma nova forma de entender o mundo e, portanto, o consumo e os consumidores”.

A teoria de prática oferece um ponto de partida para as pesquisas, portanto, a presente pesquisa está alinhada a uma perspectiva “prático-teórica”, já que, como mencionado anteriormente, é entendido que o consumo ocorre no interior das

práticas. A seguir, a proposta epistemológica da teoria de prática e sua aplicação para a compreensão das práticas de consumo são detalhadas.

2.4.1 Teoria das Práticas sociais – As propostas de Reckwitz e de Warde

A Teoria da prática é apresentada aos pesquisadores do consumo através de Warde (2005) e o autor deixa clara sua inspiração no trabalho de Reckwitz (2002). Warde (2005) estimula os pesquisadores das práticas sociais a utilizar a teoria da prática nos estudos sobre a cultura de consumo. A teoria da prática é uma teoria cultural, porém nem toda teoria cultural é necessariamente uma teoria da prática (RECKWITZ, 2002). A Teoria da Prática é apresentada como uma alternativa conceitual frente às outras formas de teoria social e cultural.

É possível encontrar traços da teoria da prática no trabalho de vários teóricos sociais como Bourdieu, Giddens, Foucault, Garfinkel, Butler, Latour, Taylor e Schatzki. Apesar de haver uma distinção entre esses autores, eles estão agrupados em um rótulo da teoria da prática, pois compartilham de um interesse comum pela vida cotidiana e no mundo (RECKWITZ, 2002).

Reckwitz (2002) argumenta que a teoria da prática e os outros três vocabulários teórico-culturais, a saber: mentalismo culturalista, textualismo e intersubjetivismo, diferem na sua localização do social e na sua conceituação de corpo, mente, coisas, conhecimento, discurso, estrutura/processo e o agente. Como demonstrado no Quadro 01:

PROPOSTAS TEÓRICO-EPISTEMOLÓGICAS CULTURALISTAS				
MODELO	TEORIA DA PRÁTICA	MENTALISMO CULTURALISTA	TEXTUALISMO	INTERSUBJETIVISMO
CORPO	Práticas são atividades corporais rotineiras Desempenho corporal é o local do social	Distinção entre mente (dentro) e corpo (fora). Corpo obedece mente; social está na mente	Corpo é símbolo, tema de discurso Objeto de significados culturais.	Ação segue norma e não rotinas corporais Corpo é apenas outro objeto
MENTE	Práticas são ao mesmo tempo atividades corporais e mentais Padrões mentais são práticas sociais	Esfera ontológica do interior Distinta do comportamento exterior e sua causa	Relato cultural realizados em certos tipos de discurso O mundo exterior do discurso produz atributos mentais	Mente é o produto real de interações sociais Interação corpo mente como causa e efeito de esferas separadas
COISAS	Objetos são elementos necessários de várias práticas; Relação entre corpo/mente e coisas em certas práticas representa o social	Categorias simbólicas e interpretações intencionais são sobre objetos.	Discurso produz os objetos como entidades significativas ou fazem declarações sobre eles	Coisas não são usadas. São conhecidas e interpretadas. Coisas são objetos de sujeitos conhecidos.
CONHECIMENTO	Formas de entender, saber como, querer e sentir ligadas pela prática; Forma específica de entender o mundo	Sistemas inconscientes de distinções que tem efeito no comportamento e não contribuem para o entendimento do agente	Conhecimento não é atribuído a mentes ou corpos mas a textos, discursos ou comunicação Produz cadeias de sinais	Fundo de compreensão por parte do agente
DISCURSO/ LINGUAGEM	Práticas discursivas como um tipo de prática Contém padrões corporais, atividades mentais e objetos ligados entre si	Conjunto mental de competências Desatado da prática discursiva do uso da linguagem	Toda esfera social com texto, sinais, símbolos ou comunicação Discursos entendidos como padrões extra mentais e extra corporais	Práticas discursivas, mas transferindo significado do ego para alter ego Prioriza a ação comunicativa a outras formas de ação
ESTRUTURA/ PROCESSO	Estrutura Social consiste em rotina Práticas sociais são rotinas	Estoque de estruturas na mente. Processo é a atualização e aplicação infinita de estruturas em ação.	Códigos em uma sequência de eventos discursivos (não corpo-mente). Estruturas são temporais e permitem quebra em novos eventos.	Estrutura de acordo com paradigma de consenso de significados. Estrutura se manifesta em acordo com sujeitos e agentes.
AGENTE/ INDIVÍDUO	Agentes são corpos/mentes que transmitem e executam práticas sociais. Agentes consistem em desempenho de práticas.	Todo o agente é substituído pela mente. Objetivismo baseado no dualismo comportamento/mente. Ação é resultado da consciência.	Definição cultural específica no discurso. Posição sujeito racional ou atribuição interior-discursiva de eventos sociais para indivíduos	Agentes são “alto-falantes” que interagem entre si. Em um conjunto de interações seguem regras pragmáticas e semânticas.

QUADRO 1: Teoria de Prática como Teoria Cultural Segundo Reckwitz.
Fonte: adaptado de Lima e Maciel (2012)

Schatzki (2001) argumenta que a teoria de prática é uma abordagem teórica fragmentada, não há unificação, sendo assim, não existe um significado definitivo do que é a prática e nenhum entendimento comum sobre seus componentes (GRAM-HANSSSEN, 2011; SHOVE; PANTZAR, 2005). As práticas são compostas de hábitos corporais e mentais, coisas e conhecimento e incluem entendimento, *know-how*, formas de querer e de sentir e as formas de compreender o mundo (RECKWITZ, 2002, p. 253).

Schatzki (1996, p.89) descreve as práticas como “entidade coordenada” e como “nexos de fazeres e de dizeres desdobrados no tempo e dispersos no espaço”. Já Reckwitz (2002, p. 250) garante que a prática é “uma forma rotineira em que os corpos são movidos, os objetos são manipulados, os indivíduos são tratados, as coisas são descritas e o mundo é entendido”.

Reckwitz (2002, p. 249-250) ainda destaca que:

A prática (...) é um tipo de comportamento rotinizado que consiste de vários elementos, interligados uns aos outros: formas de atividades corporais, formas de atividades mentais, ‘coisas’ e seu uso, conhecimento prévio na forma de entendimento, *know-how*, estados de emoção e conhecimento motivacional. Uma prática – uma maneira de cozinhar, de consumir, de trabalhar, de investigar, de cuidar de si ou dos outros, etc. – constitui, por assim dizer um ‘bloco’, cuja existência depende necessariamente da existência e interconectividade específica destes elementos, e que não pode ser reduzido a qualquer um destes elementos individuais.

Uma prática pode ser representada por uma infinidade de atos simples e muitas vezes exclusivos. Truninger (2011) relaciona três componentes básicos das práticas:

1. Coisas materiais: tanto objetos quanto natureza;
2. Imagens: símbolos e significados; e
3. Habilidades: competências, *know-how*, técnicas.

Gram-Hanssen (2011) também trabalha com a ideia de componentes e utiliza os elementos que percebe como mais proeminentes para o seu estudo sobre o consumo de energia:

1. know-how e hábitos incorporados, que envolveriam “a maneira com que o nosso corpo absorve as coisas que aprendemos e é socializado para fazer, dizer e apreciar tais coisas de forma que, inconscientemente, continuamos a fazê-las, dizê-las e apreciá-las”;
2. conhecimento institucionalizado e regras explícitas (incluindo princípios, preceitos e instruções);
3. engajamentos e significados e;
4. tecnologias.

Schatzki (1996, p. 89) aborda a noção de conexões ao invés de componentes. Suas práticas são vistas como nexos de fazeres e de dizeres e são ligadas por meio de entendimentos, ou seja, o que dizer ou fazer; regras explícitas, princípios, preceitos e instruções; estruturas teleoafetivas, ou seja, fins, projetos, tarefas, propósitos, crenças, emoções e estados de espírito.

Warde (2005) também trabalha com noção de conexões como Schatzki (1996). O autor explica as práticas como umnexo de “atividade prática e suas representações” que estão conectados ou compostos por entendimentos, procedimentos e engajamentos (WARDE, 2005, p. 134). O Quadro 2 resume o entendimento de cada autor sobre os componentes e conexões das práticas:

Schatzki (2002)	Entendimentos Práticos; Regras; Estruturas teleo-afetivas e; Entendimentos gerais
Warde (2005)	Entendimentos; Procedimentos; Engajamentos (inclui entendimentos gerais) e; Itens de consumo
Shove; Pantzar (2005)	Competências; Significados e; Produtos
Reckwitz (2002)	Estruturas/Processos (rotinas); Conhecimento e; Coisas
Truninger (2011)	Habilidades; Imagens (símbolos e significados) e; Coisas
Gram-Hanssen (2011)	Know-how e hábitos incorporados; Conhecimento institucionalizado e regras explícitas; engajamentos e significados e; Tecnologias

QUADRO 02: Os componentes / conexões das práticas.

Fonte: Adaptado de Borelli (2012)

A ideia de conexões que unem atividades em uma prática é utilizada por Schatzki (1996). Já os outros autores usam o conceito de componentes e colocam

uma ideia de conexões para a integração ativa concretizada pelos praticantes quando do desempenho das práticas (ROPKE, 2009; TRUNINGER, 2011).

As ideias de conexões e de componentes não estão muito distantes, assim como os próprios autores não compreendem limites claros entre estas ideias (ROPKE, 2009). Borelli (2012) ressalta que estes componentes/conexões parecem estar incorporados nos praticantes.

Em relação à orientação teórico-epistêmica da teoria de prática, a presente pesquisa segue a perspectiva teórica de Alan Warde, pelo fato de sua proposta estar mais próxima ao tema tratado e permitir uma análise das práticas alimentares. Além disso, Warde (2005) destaca que o consumo simplesmente colabora para a obtenção de uma variedade de recompensas associadas a prática.

Reckwitz (2002, p. 250) ressalta que enquanto “portador de práticas”, o indivíduo é também portador de seus componentes e conexões, assim sendo, portador de formas rotinizadas de entendimento, comportamento corporal, de know-how, de sentir ou querer. Com isso, Warde explica que apesar de reduzir a importância analítica do individual, não necessariamente impede a caracterização do comportamento de consumo de um único indivíduo, mas se o indivíduo é o ponto de interseção de diversas práticas e as práticas originam o consumo, de fato, surge uma nova perspectiva sobre o comportamento do consumidor (WARDE, 2005, p. 144).

O ponto principal da proposta teórico-analítica é trabalhar com a noção de conexões, onde as práticas são um nexo de atividades práticas e suas representações que estão conectadas ou compostas por entendimentos, procedimentos, engajamento e itens de consumo (WARDE, 2005), conforme o quadro 3:

Componentes das Práticas (WARDE, 2005)			
Entendimentos	Procedimentos	Engajamentos	Itens de consumo
Interpretações práticas do que e de como fazer, conhecimento e <i>know-how</i> em um sentido amplo	Instruções, princípios e regras de como fazer	Orientações emocionais e normativas relacionadas com o que e como fazer	Os modos e conteúdos de apropriação de bens e serviços

QUADRO 03: Os componentes das práticas segundo Warde (2005)
Fonte: adaptado de Borelli (2012)

3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

A presente pesquisa está inserida no campo das ciências sociais aplicadas, mas especificamente no campo de marketing e administração. Esta pesquisa nos levou por um caminho da abordagem qualitativa permitindo descrever e compreender as relações das mulheres com o consumo, com as práticas alimentares e os seus corpos, embora as pesquisas acadêmicas no campo de marketing são mais de natureza quantitativa.

Vale ressaltar que o estudo do comportamento do consumidor faz sentido à medida que são explicitadas as relações entre o componente individual e o mundo exterior. Dificilmente as mesmas condições ocorrerão repetidamente dentro dos campos individual e social. Esta não é a preocupação do pesquisador de orientação interpretativista. A riqueza de cada situação de consumo traz subsídios para a construção de uma explicação única que não tem a presunção de explicar todos os comportamentos de consumo, simplesmente aquele (SAUERBRONN; CERCHIARO, 2004).

De acordo com Sauerbronn e Cerchiaro (2004), a pesquisa acadêmica em marketing é dominada por várias versões do positivismo. Entretanto, a abordagem interpretativista tem recebido maior atenção ao longo das últimas décadas, sendo frequentemente vista como uma forma alternativa de produzir conhecimento.

Dentro da perspectiva interpretativista, as posições no jogo entre a natureza do objeto observado e a posição do observador são diferentes. Enquanto os objetos de investigação são fundamentalmente reais, estão no mundo, o que abre espaço para o empirismo, a sua compreensão acontece essencialmente na mente do observador enquanto ser que percebe e interpreta. Assim, múltiplas pesquisas podem não convergir para uma única descrição da realidade porque tais realidades são constituídas pela interpretação subjetiva de fatos, pela confrontação entre os fatos do mundo e um observador que os interpreta sendo, portanto, dinâmicas (SAUERBRONN; CERCHIARO, 2004).

Em termos de procedimentos metodológicos de coleta e análise de dados, os interpretativistas priorizam métodos qualitativos (SAUERBRONN; CERCHIARO, 2004). Desse modo, quanto à escolha da natureza da pesquisa desenvolvida é qualitativa com um paradigma interpretativista e é o que dá extrema importância para a resposta do problema da referente pesquisa.

A expressão “pesquisa qualitativa” assume diferentes significados no campo das ciências sociais. Compreende um conjunto de diferentes técnicas interpretativas que visam descrever e decodificar os componentes de um sistema complexo de significados (NEVES, 1996). A pesquisa qualitativa possui um conjunto de características como o caráter descritivo, um enfoque no ambiente natural como uma fonte direta dos dados e o pesquisador como um instrumento fundamental, o que significa que as pessoas dão as coisas e a sua vida como uma preocupação do investigador e um enfoque indutivo (NEVES, 1996).

Sendo assim, os métodos qualitativos se assemelham aos procedimentos de interpretação dos fenômenos e das práticas que as mulheres empregam nos seus discursos, portanto a pesquisa qualitativa se encaixa nas premissas ontológicas da pesquisa, que considera as relações entre consumo, práticas alimentares e os corpos das mulheres da Baixada Fluminense. Por meio de uma visão interpretativista que é um método que oferece um bom ângulo de visão e sob a perspectiva prático teórica de Alan Warde (2005), foram analisados os 4 componentes das práticas: Entendimentos, Procedimentos, Engajamentos e Itens de consumo, com o objetivo de descrever e compreender as relações entre consumo, práticas alimentares das mulheres da Baixada Fluminense e os seus corpos. No entanto, a abordagem interpretativista da pesquisa está dentro das premissas epistemológicas da pesquisa.

Deste modo, para que fosse permitido analisar a relação entre o consumo, às práticas alimentares e os corpos das mulheres foram necessários adotar procedimentos metodológicos que permitiram ajudar na descrição e compreensão dos componentes das práticas. Para que isso fosse possível, foi feito um levantamento bibliográfico que permitiu uma fundamentação teórica metodológica da presente pesquisa, onde foram tratados os seguintes assuntos: Teoria de prática; Cultura alimentar e consumo; Consumo de alimentos; e Corpo e seus significados. Sendo assim, para ajudar na descrição e na compreensão da relação entre o consumo, as práticas alimentares das mulheres da Baixada Fluminense e as suas relações com os seus corpos e foi realizado uma pesquisa de campo com mulheres da Baixada Fluminense através de entrevistas semiestruturada, após as entrevistas foi feita a transcrição dessas entrevistas e por fim foi feita uma análise dos conteúdos dessas entrevistas que serão discutidos dentro da seção de análise das entrevistas.

As entrevistas nos permitiu uma maior compreensão das práticas alimentares das mulheres através dos discursos das mulheres sobre consumo alimentar até os processos de diferenciação social como a forma da escolha do alimento, a forma de preparo do alimento até a forma de consumir o mesmo.

Na pesquisa é utilizada uma perspectiva prático-teórica, a entrevista é uma técnica que foi apropriada por tolerar ou permitir ao pesquisador entender e observar as práticas e seus nexos. Sendo assim, a observação permitiu um caminho para acessar as rotinas, os hábitos e perceber como são realizadas as práticas, porém as práticas são compostas de acordo com Warde (2005) por procedimentos, engajamentos, entendimentos e itens de consumo, portanto, as entrevistas semiestruturadas nos permitirá acessar estas conexões que são fundamentais na pesquisa para o entendimento das práticas alimentares realizadas pelas mulheres. É importante ressaltar que o objeto de pesquisa deste trabalho são as práticas alimentares.

Quanto aos fins trata-se de uma pesquisa descritiva, pois esta exhibe características de determinada população ou fenômeno. Estabelece também correlações entre variáveis e definir sua natureza. A pesquisa descritiva não tem compromisso de explicar os fenômenos que descreve, portanto serve de base para tal explicação. Quanto aos meios trata-se de pesquisa de campo, ao mesmo tempo, bibliográfica, pois foram recorridos ao uso de artigos, livros, dissertações e teses já publicadas. A pesquisa é uma investigação empírica realizada no local onde ocorre ou ocorreu um fenômeno ou que dispõe de elementos para explicar esse fenômeno. Incluem entrevistas, aplicação de questionários, testes, observação participante ou não (VERGARA, 2009).

3.1 CORPUS DE DADOS

Para construção do *corpus* de dados foram selecionadas dez mulheres com práticas alimentares diversas que morassem na Baixada Fluminense. Não houve delimitação de idade e renda. Neves (1996, p. 1) destaca que:

A pesquisa qualitativa costuma ser direcionada, ao longo de seu desenvolvimento; além disso, não busca enumerar ou medir eventos e, geralmente, não emprega instrumental estatístico para análise dos dados; seu foco de interesse é amplo e parte de uma perspectiva

diferenciada da adotada pelos métodos quantitativos. Dela faz parte a obtenção de dados descritivos mediante contato direto e interativo do pesquisador com a situação objeto de estudo. Nas pesquisas qualitativas, é frequente entender os fenômenos, segundo a perspectiva dos participantes da situação estudada e, a partir daí situar sua interpretação dos fenômenos estudados.

As mulheres da Baixada Fluminense constituíram o corpus de dados dessa pesquisa. Foram escolhidas mulheres, pois estas são imersas em um conjunto de formas rotineiras de ação corporal, utilizam objetos, se relacionam com indivíduos e descrevem as coisas e o mundo.

Fonseca *et al* (2011, p. 3856) destacam que:

As mulheres têm um papel importante nessa adoção de novos hábitos, já que são elas, em sua maioria, que continuam conduzindo as demandas alimentares da família, como compras e organização do cardápio, além de serem reconhecidas como cuidadoras da saúde da família por intermédio da alimentação: há dieta para diferentes patologias e necessidades e diferentes teores e qualidades são elencados para alimentos que passaram a ser funcionais (...). No passado, as propagandas se dirigiam às mães de família encarregadas da tarefa de fazer as escolhas em função dos gostos da família. Hoje, a mulher se converteu em uma consumidora direta, com suas próprias preocupações, necessidades e demandas. Nesta perspectiva, a indústria vem desenvolvendo uma série de produtos alimentares, voltados a atender às diversas demandas existentes. Para ilustrar as diferenciações de necessidade de consumo de alimentos, é interessante citar alguns nichos identificados pelo mercado: o dos produtos que proporcionam saúde ao consumidor, o dos produtos que oferecem praticidade e rapidez no manejo e preparação das refeições e o dos produtos diet e light, cujo consumo vem aumentando vertiginosamente nos últimos anos.

A escolha pelas mulheres da Baixada Fluminense se dá por uma acessibilidade maior ao local para pesquisa. De acordo com Vergara (2009), a escolha por uma amostra por acessibilidade está longe de qualquer procedimento estatístico, onde seleciona elementos pela facilidade de acesso a eles, ou seja, trata-se de um procedimento mais benéfico, pois visa um menor custo e um menor consumo de tempo. O interesse maior da pesquisa não será o sujeito, no caso a mulher, mas sim as práticas realizadas por elas. O objeto de pesquisa desse trabalho são as práticas alimentares.

Os convites para participação nas entrevistas foram feitos através de redes de relacionamento da pesquisadora e por indicações de algumas entrevistadas. As

entrevistadas foram escolhidas de acordo com a disponibilidade de cada uma, visando o menor custo e tempo. As entrevistas foram realizadas através de agendamentos e disponibilidade de horário de cada entrevistada em locais como salão de beleza, residência ou trabalho com a finalidade de melhorar o tempo para coleta de dados. A abordagem foi feita de maneira que as mulheres se sentissem a vontade de participar da pesquisa, ou seja, primeiro foi feita perguntas pessoais para que adiante a pesquisadora extrapolasse os componentes das práticas com base na alimentação, com o auxílio de um roteiro de entrevista semiestruturado.

O objetivo final das entrevistas é de comparar as respostas das entrevistadas com intuito de descrever e compreender as relações que as mulheres fazem entre o consumo, as práticas alimentares e os seus corpos. Para isso, foi utilizado o método proposto por Bardin (2011) de análise de conteúdo, para tanto o critério escolhido para determinação do tamanho do *corpus* de dados foi o de saturação.

A saturação designa o momento em que o acréscimo de dados e informações em uma pesquisa não altera a compreensão do fenômeno estudado. É um critério que permite estabelecer a validade de um conjunto de observações (...). O critério de saturação é um processo de validação objetiva em pesquisas que adotam métodos, abordam temas e colhem informações em setores e áreas em que é impossível ou desnecessário o tratamento probabilístico da amostra. É uma das formas de lidar com o paradoxo da amostragem. O paradoxo da amostragem se expressa da seguinte forma: a amostra é inútil se não for verdadeiramente representativa da população. Para saber se a amostra é representativa é preciso conhecer as características da população, o que dispensa não só a amostra, mas a realização da pesquisa (...). Para que se discrimine cientificamente um objeto é necessário, portanto, conhecer ou conjecturar alguma coisa sobre ele. Com base nesses conhecimentos ou nessas conjecturas se formulam as hipóteses — a serem testadas — ou as teorias — a serem validadas (THIRY-CHERQUES, 2009, p. 20-21).

Foi utilizado o critério de saturação em pesquisa qualitativa que nos dá uma estimativa empírica de dimensionamento da pesquisa. De acordo com Thiry-Cherques (2009, p. 20), “A saturação é o instrumento epistemológico que determina quando as observações deixam de ser necessárias, pois nenhum novo elemento permite ampliar o número de propriedades do objeto investigado”.

Thiry-Cherques (2009) destaca que o limite das observações tem implicações diretas de orçamento e de prazo e também nas implicações dentro da economia interna das pesquisas. Não é possível, teoricamente, determinar quantas

observações e entrevistas são necessárias e nem existem componentes teóricos que informem sobre quando interromper as observações e as entrevistas. Dessa forma, quando as entrevistas não trouxerem respostas com novas contribuições chega-se no momento de concluir o processo de entrevistas devido à saturação dos dados. No caso da presente pesquisa, a saturação ocorreu com dez entrevistas.

3.2 COLETA DE DADOS

A técnica utilizada para obtenção dos dados foi a técnica de coleta de dados através de entrevistas semiestruturada. A entrevista é definida por Haguette (1997) como um “processo de interação social entre duas pessoas na qual uma delas, o entrevistador, tem por objetivo a obtenção de informações por parte do outro, o entrevistado”. Através da entrevista o pesquisador consegue dados subjetivos, onde estes estão relacionados com os valores, às atitudes e as opiniões dos sujeitos entrevistados (BONI; QUARESMA, 2005).

Boni e Quaresma (2005, p. 75) destacam que:

As entrevistas semiestruturadas combinam perguntas abertas e fechadas, onde o informante tem a possibilidade de discorrer sobre o tema proposto. O pesquisador deve seguir um conjunto de questões previamente definidas, mas ele o faz em um contexto muito semelhante ao de uma conversa informal. O entrevistador deve ficar atento para dirigir, no momento que achar oportuno, a discussão para o assunto que o interessa fazendo perguntas adicionais para elucidar questões que não ficaram claras ou ajudar a recompor o contexto da entrevista, caso o informante tenha “fugido” ao tema ou tenha dificuldades com ele. Esse tipo de entrevista é muito utilizado quando se deseja delimitar o volume das informações, obtendo assim um direcionamento maior para o tema, intervindo a fim de que os objetivos sejam alcançados.

A principal vantagem da entrevista semiestruturada é que essa técnica quase sempre determina uma melhor amostra da população de interesse (BONI; QUARESMA, 2005). Na presente pesquisa foi determinado um roteiro de entrevista composto por perguntas abertas e fechadas divididas em duas partes: a primeira parte composta por perguntas relacionadas a questões pessoais com o objetivo de aproximar a pesquisadora da entrevistada e a segunda parte composta por questões relacionadas com o consumo, práticas alimentares e corpos com base na teoria de

prática de Warde (2005) de forma que extrapolassem os componentes das práticas com base na alimentação.

O roteiro de entrevistas teve duas versões, pois o primeiro roteiro sofreu algumas alterações para uma melhor obtenção dos dados. O primeiro roteiro de entrevistas possuía vinte e seis perguntas que foi aplicado para as duas primeiras entrevistadas e logo depois sofreu alterações com a adição de mais vinte e quatro perguntas totalizando cinquenta perguntas no segundo roteiro de entrevista que foi aplicado para as oito entrevistadas restantes, ou seja, dez entrevistas foram gravadas e transcritas e analisadas em seus conteúdos. O tempo de duração das entrevistas variou entre trinta minutos e uma hora e trinta minutos.

Outro fator importante da fase das entrevistas é a observação do entrevistado durante a entrevista. É importante destacar que a observação também é considerada uma coleta de dados para conseguir informações sob determinados aspectos da realidade (BONI; QUARESMA, 2005). “A observação também obriga o pesquisador a ter um contato mais direto com a realidade” (BONI; QUARESMA, 2005, p. 71).

3.3 MÉTODO DE ANÁLISE DOS DADOS

O método de análise de conteúdo proposto por Bardin (2011) foi escolhido para auxiliar a interpretação dos dados coletados. Segundo Bardin (2011), a análise de conteúdo é um conjunto de técnicas de análise das comunicações que é aplicada no rigor do método como forma de não se perder a heterogeneidade de seu objeto. Esse tipo de análise se sobressai por preocupar-se com os recursos metodológicos que legitimem suas descobertas. A análise de conteúdo fornece informações suplementares para a pesquisa em si, pois fornece uma compreensão da realidade através dos entrevistados a partir do discurso declarado pelos mesmos.

A análise de conteúdo compõe uma metodologia de pesquisa utilizada para:

Descrever e interpretar o conteúdo de toda classe de documentos e textos. Essa análise, conduzindo a descrições sistemáticas, qualitativas ou quantitativas, ajuda a reinterpretar as mensagens e a atingir uma compreensão de seus significados num nível que vai além de uma leitura comum. Essa metodologia de pesquisa faz parte de uma busca teórica e prática, com um significado especial no campo das investigações sociais. Constitui-se em bem mais do que

uma simples técnica de análise de dados, representando uma abordagem metodológica com características e possibilidades próprias (MORAES, 1999, p. 7)

As entrevistas foram transcritas e analisadas a partir do método de análise de conteúdo que como um método de investigação que:

Compreende procedimentos especiais para o processamento de dados científicos. É uma ferramenta, um guia prático para a ação, sempre renovada em função dos problemas cada vez mais diversificados que se propõe a investigar. Pode-se considerá-la como um único instrumento, mas marcado por uma grande variedade de formas e adaptável a um campo de aplicação muito vasto, qual seja a comunicação (MORAES, 1999, p. 9).

A análise de conteúdo é uma técnica que permitiu interpretar, no caso dessa pesquisa, o conteúdo adquirido através das entrevistas e observações que quando analisados trouxe um conhecimento e respostas relacionados com os fenômenos da vida social que talvez sem a referente pesquisa não fosse possível interpretar da mesma forma. A análise foi realizada através das transcrições das entrevistas e da seleção de trechos das entrevistadas para dar embasamento na discussão dos resultados.

Na presente pesquisa e nos trechos selecionados foram preservadas as identidades das entrevistadas e para diferenciar e padronizar os trechos de cada entrevistada foi utilizado a profissão e a idade somente, por exemplo, (pedagoga, 23 anos). Os trechos que foram considerados melhores foram separados e organizados num quadro analítico para dar suporte para análise, onde foram separados por entendimentos, engajamentos, procedimentos e itens de consumo de acordo com a proposta de Warde (2005). As categorias identificadas foi de acordo com os componentes das práticas segundo Warde (2005), com essas categorias levantadas foi feito a interpretação e comparação dos dados com a teoria descrita e já mencionada no referencial teórico para que a análise das entrevistas tenham assim uma validação.

4 ANÁLISE DAS ENTREVISTAS

No presente capítulo é apresentada a descrição e a compreensão sobre como as mulheres que foram entrevistadas relacionam consumo, práticas alimentares e seus corpos. Como já foi mencionado anteriormente, a escolha da pesquisadora foi utilizar a teoria de prática, mais especificamente a proposta de Warde (2005), como já foi feito por Borelli (2012). Assim, a perspectiva teórica de Warde (2005) serviu como guia para descrição e compreensão a respeito do consumo, das práticas alimentares e suas relações com os corpos das mulheres da Baixada Fluminense. Warde (2005) destaca que o consumo simplesmente colabora para a obtenção de uma variedade de recompensas associadas à prática. Esta escolha fez com que os discursos das entrevistadas a respeito do consumo, das práticas alimentares e seus corpos passassem por uma profunda análise referente aos componentes dessa proposta epistemológica da teoria de prática.

Em vista disso, esse capítulo é dividido em quatro seções que envolvem a análise de cada um dos componentes das práticas através da proposta teórico-analítica de Alan Warde (2005) presentes nas entrevistas. Dessa forma, o movimento se dá no sentido de decompor as práticas em seus componentes (entendimentos, procedimentos, engajamentos e itens de consumo) e, em seguida, recompor, apresentando as interpretações a respeito das práticas de consumo de alimentos relacionadas ao corpo. Trechos das entrevistas acompanham a análise como forma ilustrar os componentes das práticas de consumo de alimentos e suas relações com o corpo.

4.1 ANÁLISE DOS COMPONENTES DAS PRÁTICAS ATRAVÉS DA PROPOSTA TEÓRICO-ANALÍTICA DE WARDE

Conforme já exposto, a proposta teórico-analítica foi trabalhar com a noção de conexões, onde as práticas são um nexos de atividades práticas e suas representações que estão conectadas ou compostas por entendimentos, procedimentos, engajamentos e itens de consumo (WARDE, 2005). A necessidade

de explorar detalhes desses nexos está exposta através de trechos do discurso das entrevistadas.

Na teoria de prática são destacados os hábitos, as rotinas, o conhecimento, as instruções, os princípios, as regras, as orientações emocionais e normativas, os modos e conteúdos de apropriação de bens e serviços, entre outros. Segundo Warde (2005), há uma entidade coordenada que compreende os nexos de fazeres e os quais se conectam por meio de quatro componentes: i) os entendimentos sobre o que dizer e fazer; ii) os procedimentos especificados por meio de regras e princípios; iii) os engajamentos em estruturas emocionais e normativas relacionadas com o que e como fazer; e iv) os itens de consumo explicitando os modos e os conteúdos de apropriação de bens e serviços. Na seção a seguir, iniciamos a análise dos entendimentos que compõem as práticas de consumo de alimentos de mulheres da Baixada e suas relações com seus corpos.

4.1.1 Entendimentos

Dentro da proposta de Warde (2005), os entendimentos envolvem as interpretações práticas do **que** e de **como** fazer, o conhecimento e o *know-how* em um sentido amplo. Nesse caso, o entendimento das práticas nos remete a como fazer algo e compartilhar entendimentos comuns. No discurso das entrevistadas as práticas possuem histórias e desenvolvimentos que podem oferecer respostas para entender, por exemplo, porque as pessoas fazem o que fazem da forma que fazem. Nessa seção serão reproduzidos trechos dentro da perspectiva teórica de Warde (2005) com relação ao componente entendimento.

As práticas alimentares não estão restritas exclusivamente ao aspecto nutricional, mas envolvem outras dimensões bastante significativas (CASOTTI; THIOLENT, 1997; CASOTTI et al., 1998). Uma dessas dimensões é a cultura alimentar dos indivíduos, no caso dessa pesquisa, a cultura alimentar das mulheres da Baixada. Os trechos a seguir tratam dessa dimensão cultural da alimentação, que está clara nos discursos das mulheres. Elas atribuem o aprendizado a respeito dos alimentos, seus entendimentos e suas formas de preparo às experiências humanas formadas pela cultura que ocorrem ao longo da vida.

A formação da identidade alimentar brasileira é uma das fontes de conhecimento a respeito das práticas de consumo de alimentos. As múltiplas origens

dos povos que formaram a população brasileira estão contempladas no entendimento das mulheres a respeito dos alimentos.

Eu tenho certeza que a cultura é tudo aquilo que a gente adquire e que a gente aprende. Então, você aprende a comer bem. A cultura, ela vem contribuindo desde a época da colonização. Os indígenas, os africanos, os próprios portugueses já nos deixaram essa cultura. Então, o que você sabe que você pode comer é um aprendizado, sim. Por exemplo, a minha família ela é italiana. E me faz falta (*comer massa*), apesar de na minha dieta eu poder comer o pão francês (...). O pão que se come todos os dias é de cultura italiana e você aprendeu a fazer o pão. O feijão, a feijoada veio da contribuição africana, ou seja, você aprende a fazer e comer. (Professora, 47 anos – faz dieta e substitui a ingestão de pão francês por tapioca ou pão integral)

A regionalidade também é um aspecto cultural presente nas práticas alimentares. As diversas formas de escolher ingredientes e preparar os alimentos resultam em entendimentos diferentes a respeito do consumo de alimentos. Como coloca Patriota (2002) a identidade serve para diferenciar o indivíduo dos outros e é baseada na noção de pertencimento a uma cultura. No trecho a seguir, a entrevistada deixa claro como o consumo de alimentos regionais a diferenciam das demais mulheres da Baixada Fluminense. Essa identidade também é uma forma de entendimento, uma interpretação a respeito do que é alimento e de como se alimentar.

Quando eu vou consumir alguma coisa eu tendo a consumir mais comidas que eu vim aprendendo a comer lá em Minas. (...) Mudou um pouco aqui. Mas eu mantenho, não mudou muito, mas eu sendo mineira eu continuo comendo as comidas que eu gostava de comer lá. Eu gosto de fazer os tipos de comidas de lá, eu gosto de comer polenta que é uma coisa que aqui as pessoas não comem com tanta frequência e que para mim é gostoso. Eu não faço todos os dias, mas final de semana eu faço uma comida diferente, uma costela ou uma rabada, alguma coisa assim e aí eu faço uma polenta que é de Minas. Não é daqui, é uma comida de Minas, as pessoas até comem, mas não é tão frequente como lá. E em Minas, por exemplo, é praticamente todos os dias, na minha casa a minha mãe faz angu todos os dias. (Mestranda, 35 anos)

As práticas alimentares também sofrem influência de aspectos sociais, que se manifestam através do corpo. O corpo socializado (THOMPSON; HIRSCHMAN, 1995) está exposto e é disciplinado, formando um entendimento sobre o consumo do alimento, como vemos no uso da expressão “encher a barriga”. Entendimentos a respeito dos alimentos consumidos e suas quantidades são entendidos de forma distinta entre as classes sociais, de acordo com o olhar disciplinador sobre o corpo. Os entendimentos estão fortemente ancorados em compartilhamentos sociais de significados e desempenhos corporais frente a grupos sociais. “Encher a barriga”, apesar de ser considerado desnecessário ou inadequado pela respondente, é uma prática alimentar esperada por membros de famílias de origem mais humilde, como tratado no trecho a seguir.

Eu tiro pela a minha família que tem muito a ver com instrução. Quanto mais você aprende, tem mais informação, você muda tudo na sua vida. Até a forma de consumir. Eu tiro pela minha família que é uma família humilde, a minha avó é analfabeta e é de uma classe pobre mesmo. De uma realidade do país e do Brasil. Hoje, por mais que tenha mais informações, as pessoas precisam se alimentar bem. Quando eu vou à casa da minha avó em dia que tem almoço para os meus parentes, o que acontece você vê as pessoas encherem o prato de arroz, feijão, macarrão e farinha porque eles têm aquela cultura do passado de que tem que encher a barriga. Eu tenho que comer para encher a minha barriga e eu vejo que a questão do consumo tem sim a ver com a questão cultural e também com a questão da instrução também. (dona de casa, 37 anos)

A escolha dos alimentos, o modo de preparo e a forma de consumir estão relacionados aos hábitos de cada entrevistada. Conforme já apontado por DaMatta (1984) e Câmara Cascudo (1983) os componentes culturais compartilhados no seio da família influenciam o entendimento de cada mulher a respeito das práticas alimentares adquiridas. É possível perceber nos discursos que as mulheres carregam consigo as orientações culturais a respeito da alimentação aprendidos desde a infância. As manifestações concretas de práticas e rituais sociais das mulheres conseguem se tornar visíveis nessa categoria de entendimento cultural.

Eu acho que a criação conta muito. Então, aquilo que a família tem o costume de comer, o que já é cultural, o que já vem de outros tempos que a família carrega, acaba influenciando na sua criação e

você também vai carregar esse hábito. Basta você determinar se você gosta ou se você não gosta. E conforme a idade e o amadurecimento, você vai vendo porque as vezes o que é culturalmente determinado a pessoa já nasce sem gostar e já nasce sem vontade até de experimentar. E já não come e já não influencia tanto, mas acredito que influencia bastante. Por exemplo, a minha família toda tem o hábito de comer bastante arroz e de achar que o arroz é o que dá na verdade a sustância, o que te mantém alimentado então assim eu criei esse hábito pela cultura [...] (pedagoga, 23 anos)

Outro destaque do que é visto em trechos das entrevistadas para o entendimento são as diferenciações que as mulheres fazem entre se alimentar e comer, assim como apontado por DaMatta (1984) e Casotti et al. (1998). As mulheres entendem que a alimentação está intimamente ligada com as necessidades fisiológicas de cada individuo, está ligado ao consciente, às rotinas e a racionalidade, já o entendimento do comer está ligado ao sentimento, às vontades e ao prazer. Conforme destacado por Casotti et al. (1998, p. 4) “o comer tem ligação intrínseca e direta com o funcionamento emocional do individuo e a comida está intimamente ligada, desde o nascimento, às experiências emocionais”. Torna-se difícil separar, no ato de comer, o componente fisiológico nutricional do componente emocional, na composição do entendimento a respeito do consumo de alimentos.

Eu acho que comer é quando você come mesmo sem ter vontade, quando você vê uma coisa e você quer aquilo e eu acho que é assim (...) e se alimentar é aquilo que você faz ali no horário certo, de acordo com a sua necessidade e comer é quando você não está com fome, mas quando vê alguma você come mesmo sem fome (mestranda, 35 anos)

Comer para mim é aquilo que dá prazer e se alimentar é necessário, mas comer é para dar prazer e se alimentar é uma necessidade. (compradora, 45 anos)

Eu acho que quando a gente se alimenta a gente presta atenção no que está comendo, a gente se alimenta com consciência e eu acho que comer não. Quando a gente come, nós comemos qualquer coisa, um *fast-food* maravilhoso, não que eu não goste de um *fast-food* da vida, sanduíche, batata frita, comer tudo que não deve. E eu faço isso de vez em quando, eu confesso, porque a gente tem que ter esse tipo de prazer de vez em quando. Mas só de vez em quando. No dia a dia, eu me alimento com consciência [...] (dona de casa, 43 anos)

Essas formas de entender as práticas alimentares convencionadas como entendimentos, desejos e conhecimentos configuram elementos e qualidades das práticas nas quais os indivíduos participam e não uma qualidade individual, pois é possível perceber em discursos diferentes entendimentos comuns. Nos trechos acima fica exposta a relação entre o consumo de alimentos, as práticas alimentares e o corpo. A sensação de prazer é uma sensação corporal e está associada a algumas práticas de consumo de alimentos, que se contrapõem à regra e ao controle consciente, por conta de suas consequências no corpo. O entendimento a respeito da prática de consumo de alimentos diferencia comer e se alimentar, em consonância com o que propôs DaMatta (1984): alimentar-se é obter nutrientes, deixar o corpo funcionando; comer é buscar prazer através do alimento. Em ambos os casos o corpo tem posição central, pois é o objeto de preocupação no tocante ao funcionamento (alimentar-se) e também necessário para a sensação prazer (comer).

Para mim, se alimentar é quando você faz as suas refeições normais, se alimentar é algo que o seu organismo tem necessidade que é o da alimentação e tudo o que seu organismo pede e comer quando você está com fome e quando você está comendo por prazer, com os amigos, fora da sua rotina ou quando você se permite comer aquilo que você quer. Você se alimenta quando você está fazendo tudo que está dentro da sua rotina e quando você está se alimentando de acordo com o seu corpo, agora para mim no meu entender comer é quando você está saindo da rotina e quando você está se permitindo alguma coisa que não é normal para você e para o seu organismo. (pedagoga, 23 anos)

Comer é satisfazer as minhas necessidades e prazer. A necessidade, porque a gente precisa comer. E eu, por exemplo, eu não posso chegar a sentir fome, pois eu tenho que comer na hora certa porque se eu ficar com fome eu tenho dor de cabeça e então é necessidade e prazer. Eu como, eu gosto de comer um tipo de comida que eu tenha prazer com ela. Eu tenho prazer de fazer também. A comida significa algo que vai me satisfazer, a minha necessidade humana. É algo que eu gosto, que eu tenho prazer de fazer, eu adoro cozinhar, eu gosto de cozinhar e, por exemplo, se eu estou cozinhando para alguém eu adoro quando eu cozinho e eu vejo que a pessoa gostou e come com vontade e gosta do que eu fiz. É prazer, eu gosto de cozinhar, eu gosto de comer e fazer comida. A emoção pode alterar as minhas práticas alimentares porque se eu estiver tensa ou ansiosa eu perco o apetite. Se eu estiver tensa,

ansiosa, preocupada até o ato de fazer a comida muda porque não sai a mesma coisa, você acaba estragando, queimando, muda tanto o ato de comer tanto o de fazer. (mestranda, 35 anos)

Se fosse pesar eu acho que como mais por prazer do que por necessidade. Eu tenho uma amiga, que ela sempre fala, a gente sempre viaja junto, ela fala assim: - Ah, é tão engraçada a sua cara comendo! Você fica tão feliz quando você tá comendo! Então eu acho que eu como por prazer. Eu acho que é por isso que eu opto, acabo comendo coisas não tão saudáveis, eu acabo comendo o que eu gosto e não necessariamente o que eu deveria, acho que é por isso que minhas escolhas nem sempre são as mais saudáveis. (professora, 35 anos)

No tocante aos entendimentos, os conhecimentos a respeito dos alimentos, suas formas de preparação e ingestão, assim como seus sabores apresentam-se profundamente relacionados aos hábitos adquiridos ao longo da vida em família. Tais conhecimentos a respeito dos alimentos permanecem com as mulheres ao longo da vida adulta e servem como referência para as definições das práticas de consumo de alimentos. A família e as tradições, assim como a classe social servem como suporte para o conhecimento a respeito dos alimentos e seus efeitos sobre o corpo. Nesse sentido, a prática de consumo de alimentos se relaciona ao corpo a partir da distinção entre nutrição e sensação. Os significados relacionados às práticas alimentares estão baseados nesse entendimento dualístico: nutrição vs. prazer.

Entendimentos	
Conhecimento	Relações com o corpo
Família Tradição Classe Social	Nutrição – Alimentar-se Sensação – Prazer – Comer

QUADRO 05: Entendimentos a respeito das práticas de consumo de alimentos e suas relações com o corpo.

Fonte: Elaboração própria

4.1.2 Procedimentos

Na teoria de prática de Warde (2005) os procedimentos são definidos como as regras e princípios de como realizar a prática. Os procedimentos podem variar,

independentemente de um ou outro componente dos nexos, das suas distintas formas de aprendizagem e dentro dos grupos participantes. Warde (2005) reconhece os procedimentos das práticas como as instruções, os princípios, as regras e as formas sociais rotinizadas. Dessa forma, os procedimentos oferecem ordem para as práticas e os processos associados.

Os trechos reproduzidos a seguir deixam mais claras as práticas cotidianas de consumo de alimentos de algumas das mulheres entrevistadas. O compartilhamento de práticas semelhantes podem ser apresentadas de formas diferenciadas dependendo dos nexos de fazeres dos discursos.

Eu tenho o hábito de tomar o café da manhã corretamente e café mesmo com torrada ou pão e só e não tenho hábito de comer frutas. Não faço nenhuma colação entre o café da manhã e o almoço e almoço por volta de 12:00h/13:00h e também não tenho o hábito de fazer certo o lanche da tarde em um horário específico, geralmente eu quando eu chego em casa por volta de 17:30h eu como alguma coisa e na parte da noite eu sempre faço algum lanche e eu não tenho o hábito de jantar. (pedagoga, 23 anos)

Eu acordo e a primeira coisa que eu faço é escovar os meus dentes e depois tomo banho e eu só tomo café da manhã quando eu chego ao serviço, e por volta de 12:00h/13:00h eu almoço e quando dá umas 15:00h eu lancho e quando eu vou para casa eu janto geralmente umas 21:00h. (manicure, 23 anos)

Os procedimentos servem como orientação a respeito das execuções das práticas rotineiras. No caso do consumo de alimentos, os procedimentos estão relacionados ao ordenamento das atividades alimentares em práticas. Há horários específicos para o consumo de alimentos diferentes, que se integram à atividade corporal da mulher ao longo de sua rotina. Dessa forma, o corpo, além de desempenhar as atividades de alimentação, está diretamente relacionado aos procedimentos que compõem as práticas do consumo de alimentos. Algumas práticas rotinizadas de consumo de alimentos estão diretamente associadas às práticas de atividades físicas, tanto com funções laborais, quanto estéticas ou funcionais.

Eu acordo 6:45h da manhã tomo meu banho mais ou menos 7:00, 7:10h da manhã e saio para o trabalho. Quando chego no meu trabalho eu sento e levanto o tempo todo porque eu não fico muito parada na minha cadeira. Meio dia em ponto eu saio para almoçar e

quando dá uma hora eu já paro e volto para o trabalho e faço tudo normal. Eu lancho, faço o desjejum 17:30h e começo a me preparar para ir embora. E segunda, quarta e sexta eu faço zumba de 19:00h as 20:00h. Eu tenho hábito de jantar e dormir muito tarde porque eu produzo bolos e sanduíches naturais para eu vender no meu trabalho, então eu durmo muito tarde. (compradora, 45 anos)

Como se pode ver, as práticas podem ser representadas por uma infinidade de atos que são simples e muitas vezes exclusivos. Nos trechos acima vemos práticas sociais rotineiras e estruturas sociais consistente em rotinas. Os horários mencionados por cada discurso representam as rotinas, as regras e as formas de representar cada refeição. Alimentação em horários pré-determinados deixam claro uma representação de uma rotina e todas as entrevistadas mencionaram horários e práticas diárias.

Eu acordo por volta das 6:30h da manhã, levo o meu filho na escola. Volto e tomo um café da manhã. Tento beber 500ml de água pela manhã, tomo o meu café da manhã e faço as minhas atividades em casa. (dona de casa, 43 anos)

O corpo recebe o alimento e o processa para que se atinja um resultado, mas, além dos aspectos nutricionais, os procedimentos incluem atividades corporais como o sono, a preparação física e o trabalho. O corpo é incluído nos procedimentos e, por vezes, os efeitos dos alimentos no corpo geram alterações nos procedimentos, como vemos no trecho a seguir:

(...) eu demorava muitas horas entre uma refeição e outra, eu ficava muitas horas sem comer, mas eu sou uma pessoa que come pouco. Um pouco de comida já me satisfaz e eu ficava muitas horas sem comer. Então, eu mudei. Eu resolvi fazer essa dieta através de cápsulas emagrecedoras naturais. É uma cápsula que é 100% natural e elas são coadjuvantes no emagrecimento. Eu tomava três cápsulas por dia, cada uma com 200ml de água e me alimentava de 3 em 3 horas, sendo assim eu ganhei uma dieta. Quando eu comprei as cápsulas, elas são de uma farmácia de manipulação, 100% naturais eu recebi a dieta e era uma dieta montada por nutricionista e era de 800 calorias por dia no máximo. Aí eu comecei a fazer a dieta direitinho respeitando os horários, passei a beber muita água, a comer frutas com casca, comer muita fibra, comer de 3 em 3 horas. Assim, eu já era preocupada com essa questão de alimentação saudável e eu fiquei mais ainda. Então, mudou toda a minha vida. O café da manhã eu aprendi que é a principal refeição do dia. Então, eu me alimento bem no café da manhã. (...) vi na televisão uma nutricionista dizendo que se você quer comer algum doce, alguma coisa mais calórica o melhor horário é no café da manhã porque daí

you will stimulate your organism to burn the calories that you eat and then you will accelerate metabolism and I usually do this. When I am in the mood to eat bread, chocolate, cake with eggs and other things that are more caloric I usually eat in the morning. I eat very well in the morning. Between coffee in the morning and lunch I usually eat a fruit or I drink a cup of juice or soy milk so I don't have many hours without eating. I eat lunch, a snack and when I feel hungry I drink something or eat a fruit. (homemaker, 43 years)

As we see, the change in food consumption practices presented in the previous excerpt has the objective of controlling the body. The interviewee sought professional help from a nutritionist and changed in a deep way the procedures of her food consumption practices. We can say that there was also a change in other components of food consumption practices, one time when she "learned" about the importance of morning coffee (understanding), changed the rules for intake and choice of food (procedures), adopted another posture regarding the effects of food on her body (engagement, as we will see later) and incorporated new foods and substances (medicines) into her practices (consumption items, as will be seen later).

Changes in food consumption practices occur as a function of the perception that the body needs to be changed, since it does not fit into a standard, as already pointed out by Tonini and Sauerbronn (2013). Indications present in the media, in mass advertising or shared among people of the same group serve as a starting point for the construction of new procedures within food consumption practices that will bring the desired result to the body. Some principles or rules regarding how to eat are changed and pass to include new consumption items.

Then, I don't have the habit of eating in the morning, no. I only drink coffee, but today in the day I am doing a diet. Then, sometimes I eat a toast with coffee, cream cracker with coffee and so on. Today in the day at lunch I eat three spoons of rice, a grilled meat and I have to eat vegetables and greens. In the afternoon I drink a yogurt because of the diet or a tapioca. I like it very much. (teacher, 47 years)

The procedures of food consumption practices of women show the imposition of schedules, rules, routines for the days of the week that

caracteriza as instruções, os princípios e as regras para desempenhar cada prática. As entrevistadas seguem regras e seguem instruções específicas para alcançar um determinado objetivo, no caso expresso no corpo. As entrevistadas relatam os procedimentos utilizados para alcançar esses objetivos: mudança na forma de consumo dos alimentos, que representam mudanças nas práticas alimentares, tendo, assim, um reflexo no corpo. É curioso notar que as entrevistadas apontaram o jantar, ou a alimentação à noite, como um problema que gera distúrbios no corpo e que, portanto, alguns procedimentos são alterados. A mudança de hábitos alimentares noturnas são feitas com o objetivo de trazer benefícios ao corpo. As entrevistadas obtêm resultados a partir dessas mudanças nas práticas alimentares. No caso, são relatados os objetivos de perda de peso e de melhora da qualidade de vida.

As rotinas, contudo, não são seguidas sem que haja algumas considerações. Os dias do final de semana oferecem às mulheres possibilidade de alterar a regra de alimentação. Esses procedimentos parecem compor um jogo de controle e de regras. Durante a semana as entrevistadas conseguem manter uma regra alimentar com uma dieta controlada e com horários pré-definidos, enquanto que no final de semana abandonam a regra. As entrevistadas declaram que no final de semana fogem das regras, mas, na verdade, apenas (re)definem essa regra, para que os momentos de prazer com a comida façam parte das práticas de consumo de alimentos.

De vez em quando eu fujo a regra. Se eu estiver com vontade comer alguma coisa, eu vou comer independente da dieta ou não. Na segunda-feira eu estava com vontade de comer lanche em plena segunda-feira e eu comi. Não é uma regra assim que eu vou seguir como se fosse um sacrifício se eu estiver com vontade de comer alguma coisa eu vou comer. Eu chamo o domingo de "Dia do Lixo" porque a gente pode comer, a gente abre exceção para comer as comidas gordurosas, pesadas e que não fazem parte da dieta. (mestranda, 35 anos)

Eu sempre me sento a mesa no final de semana para fazer as refeições e fujo um pouco da regra que eu coloquei para minha semana como estar no trabalho e a falta de tempo, comida controlada e uma quantidade certa que eu sirvo em casa. Então assim, eu como um pouco mais, não como tanta coisa saudável, me permito assim outras coisas, inclusive comida de rua, comida na rua por eu não ter a responsabilidade no final de semana de fazer a comida para mim. Como coisas diferentes, frituras que nem sempre

durante a semana eu faço, como lanches que nem sempre eu faço durante a semana e essa é a diferença. Tem também o refrigerante que eu não tomo durante a semana. (pedagoga, 23 anos)

Todo domingo à noite eu como McDonald's. Mesmo fazendo dieta, eu como. É aquilo que eu falei para você: sem culpa e eu não me sinto nem mais um quilo mais magra e nem mais gorda. Engraçado né e eu como com prazer. É uma prática que eu tenho todos os domingos, eu posso deixar de comer se acontecer alguma coisa. No caso se chover muito, mas todo domingo é sagrado. [...] Domingo eu sempre como uma besteira, mas eu como sem culpa e por isso que não me importo e por mais que eu saiba que eu vá acrescentar algumas gramas eu como com vontade. Poxa! Eu sou regrada durante a semana então eu acho que um dia na semana eu enfiar o pé na jaca para mim não tem problema. (professora, 47 anos)

No final de semana eu como de tudo, eu não faço *shake*, eu libero porque final de semana eu gosto de tomar uma cerveja, não tenho horário certo e muda todas as refeições às vezes eu até café da manhã eu faço. Sábado e domingo parece que o meu organismo muda. (compradora, 45 anos)

No final de semana muda um pouquinho porque quando a gente tem alguma festa ou algum evento à gente nunca consegue manter aquela rotina que a gente tem no dia a dia em casa, mas final de semana muda um pouquinho só que eu ainda priorizo o café da manhã, não tem jeito o meu café da manhã sempre da mesma forma e não muda. (dona de casa, 43 anos)

[...] eu sigo uma rotina saudável, isso é interessante, quando eu seguia né. Agora eu não estou seguindo, mas quando eu seguia uma dieta saudável durante a semana eu estendia isso para o final de semana e o processo tá acontecendo exatamente ao inverso, como eu já não estou conseguindo praticar uma alimentação mais saudável em função do que eu já expliquei também estou estendendo essa alimentação, não tão saudável, para os finais de semana também. (professora, 35 anos)

A mestranda representa o domingo como o “dia do lixo”, e esse dia é como se fosse uma estratégia para que os prazeres na hora de comer não fiquem fora das regras. A entrevistada caracteriza o “dia do lixo” como um dia livre para se comer o que quiser e esse dia é adotado no final de semana. Elas representam que foge as regras, porém o “dia do lixo” pode ser visto sim como uma regra, pois dentro do discurso delas é a forma de estipular regras para comer algo que dar mais prazer do que os alimentos consumidos durante a semana. O final de semana onde se comer

o que quiser impondo outra regra pode mexer com as orientações emocionais já que as entrevistadas dão sentido do comer ao prazer, como será visto a seguir na análise do componente das práticas engajamento. Os procedimentos das práticas de consumo de alimentos incorporam de forma rotinizada dois padrões de consumo de alimentos: um esforço de alimentação controlada ao longo da semana e uma recompensa com comida que era prazer nos finais de semana.

Eu acho que comer é prazer. Está relacionado ao prazer e é um dos cinco sentidos. Comer é prazer e gratidão. O prazer tem a ver com o alimento e você come algo e te dar prazer e aquilo te traz alegria, felicidade, uma questão de comunhão com outras pessoas, como se você estivesse dividindo algo também e eu acho que tem essa importância. Comer aquilo que a gente tem vontade é mais prazeroso. Não é sempre que eu como por prazer e como eu falei durante a semana tem a regra e nem sempre é prazerosa a comida que eu faço e a comida que eu escolhi naquele dia, mas para mim no final de semana é um grande prazer. Durante a semana eu como por necessidade e final de semana por prazer. Toda vez que eu me sinto ansiosa eu percebo que eu me alimento mais, eu como mais, eu sinto fome nesses intervalos que eu geralmente eu não sinto fome. Então assim a ansiedade, a tristeza, o estresse no meu organismo reage de forma que eu coma mais, mas tem gente que come menos que tem uma outra rotina estando com o estado de espírito diferente, mas no meu caso influencia bastante o meu estado de espírito. (pedagoga, 23 anos)

As relações entre consumo de alimentos e o corpo ajudam a reforçar esses procedimentos, uma vez que as recompensas pela rotina de controle se expressam no corpo, tanto na forma do corpo desejado (magro, forte, bonito), quanto no prazer que é experimentado pelo corpo (sabor, quantidade) nos finais de semana: “se você come a coisa certa, o seu corpo vai adquirir o que você está querendo. Sendo assim, você vai moldar o seu corpo de acordo com a sua alimentação.” (professora, 47 anos)

Procedimentos	
Instruções, princípios e regras	Relações com o corpo
Horários para consumo de alimentos espalhados ao longo do dia (Re)definição de hábitos rotineiros dia da semana – alimentação regrada final de semana – alimentação livre (prazer)	Consumo de alimentos integrado às atividades que atuam sobre os efeitos da alimentação: sono; nutrição; preparação física; atividade laboral Esforço durante a semana – corpo desejado Recompensa do final de semana – prazer

QUADRO 06: Procedimentos a respeito das práticas de consumo de alimentos e suas relações com o corpo.

Fonte: Elaboração própria

4.1.3 Engajamentos

Os engajamentos são componentes das práticas propostos Warde (2005) e envolvem as orientações emocionais e normativas relacionadas com o que e como fazer. Dentro da proposta analítica de Warde (2005) existe uma necessidade de compreender como os nexos, nesse caso os engajamentos, são adquiridos conforme o desenvolvimento das práticas. Com base nas entrevistas foi possível perceber a importância dos engajamentos para as práticas de consumo de alimentos. As formas de relação entre o consumo de alimentos e o corpo é a principal forma de se diferenciar as orientações emocionais e normativas relacionadas às práticas de consumo de alimentos. Dessa forma, com base nas diferentes relações com o corpo, foi possível diferenciar três tipos de engajamentos de práticas de consumo de alimentos: engajamentos pela saúde; engajamentos pela estética; e engajamento pela eficiência.

O engajamento pela saúde está relacionado ao alinhamento da orientação da entrevistada às práticas de consumo de alimentos que sejam saudáveis. Aspectos médicos envolvem e orientam a alimentação em função da saúde da mulher. Não se trata de engajamentos focados na apresentação de um corpo com aspecto saudável, mas de um engajamento baseado no funcionamento do corpo. Nesse sentido, os alimentos, medicamentos e atividades físicas têm como objetivo manter o corpo vivo.

Hoje em dia eu estou acima do peso, eu tomo remédio para pressão, gastrite porque eu tenho uma gastrite nervosa e emocional e eu sou muito emocional, tudo meu é emocional, eu tenho uma pré-diabete, então quer dizer que eu tomo remédio e esse ano eu estou muito focada em perder peso, porém eu tenho 47 anos e por eu ser muito bem resolvida, sou casada e muito bem casada, então eu não tenho essa coisa de ficar com o corpinho de garotinha de 25 anos não porque isso não é a minha realidade e a minha realidade é a minha saúde para que eu pare de tomar remédio, por isso esse ano eu estou fazendo aeróbica, musculação, justamente para isso. (professora, 47 anos)

Este engajamento com o corpo saudável se contrapõe à adequação do corpo a um modelo veiculado pela mídia. Como vimos, esse é um engajamento adotado por uma mulher casada, com filhos, que precisa do corpo saudável para manter

algumas responsabilidades que assumiu. O engajamento pela saúde geralmente envolve orientação médica e a compreensão de que as práticas de consumo de alimentos estão diretamente relacionadas ao corpo são.

Hoje as pessoas estão muito voltadas para o padrão e um padrão que na verdade eu não sei quem foi que impôs e nem sei que autoridade é essa que a pessoa tem de dizer que aquilo ali que ela acha que é o correto é realmente é o padrão correto e as pessoas aceitam aquele padrão de corpo como correto. Eu conheço gente que é até cheinha, mas tem uma saúde impecável e aí tem gente que é super magra e está com a saúde toda ruim, com colesterol ruim e está cheia de problemas. Então, assim eu acho que a pessoa tem que estar bem com a saúde dela em primeiro lugar e tem que gostar primeiro dela do que a sociedade e a mídia pregam. Eu particularmente acho isso. (dona de casa, 37 anos)

O engajamento pela saúde coloca em evidencia a medicalização do corpo, a avaliação de indicadores que não podem ser vistos pelos que estão à sua volta, como colesterol ou a saúde do aparelho vascular. O profissional de saúde, seja médico ou nutricionista passa ocupar um papel mais importante nas definições de práticas de consumo de alimentos. O alimento passa a ser entendido como composto de nutrientes, vitaminas, calorias, carboidratos, gorduras e o corpo passa a ser o local onde as práticas de consumo de alimentos são avaliadas clinicamente.

Outra forma de engajamento percebida foi o engajamento pela estética. Nessa forma de engajamento as orientações emocionais e normativas das mulheres a respeito do que de como comer estão baseadas na dimensão estética do corpo. Esse engajamento ganha ampla importância na medida em que as mulheres declaram que há um padrão corporal sendo imposto pela mídia e que o corpo é o primeiro contato delas com o mundo social à sua volta.

No trecho a seguir, a entrevistada apresenta o corpo como um cartão postal. Essa representação trata de uma imagem de valor que é dado ao corpo e a consequente preocupação com a auto-imagem. Assim como o cartão postal é uma mensagem visual, o corpo também o é. Nesse contexto o corpo está fundamentalmente associado ao registro da história da pessoa, sua classe social, suas conquistas, seus hábitos cotidianos e possui um papel fundamental nas interações sociais

O corpo é o nosso cartão postal. O corpo é meio atrativo e não consigo me imaginar desleixada, cheia de celulites, estrias estou sempre me cuidando e quando eu consigo eu vou para academia e pratico alguma atividade e nem é pela aparência, mas principalmente pela saúde. Acho que atividade física também influencia muito no emocional e não só no corpo. (estudante, 25 anos)

Seguindo esse engajamento, o corpo é o reflexo da realidade e uma vitrine do imaginário no discurso da pedagoga quando a entrevistada menciona que “a primeira coisa que a gente leva é o corpo e não a palavra”. O corpo, nesse contexto, é o corpo socializado (THOMPSON; HIRSCHMAN, 1995), exposto aos outros e, portanto, objetificado (TONINI; SAUERBRONN, 2013).

Eu acho que é o nosso cartão de visita, não que o corpo em si fale por nós e represente aquilo que a gente é, mas é a melhor maneira que a gente tem de se expressar e de se vestir da maneira que a nossa personalidade é. O corpo quando a gente chega a algum lugar é a primeira coisa a ser vista. A primeira coisa que a gente leva é o corpo e não a palavra, não é o nosso jeito então eu acho que é o nosso cartão de visita e é uma coisa muito importante. (pedagoga, 23 anos)

Quando a entrevistada representa o corpo como um cartão de visitas percebe-se a importância desse objeto e a ficam claras as possibilidades de investimento nesse objeto, que serve como posicionamento da mulher na estrutura social. O cartão de visita representa o primeiro contato com o social e assim é com o corpo, é um momento de troca. A não adequação do corpo a um padrão socialmente aceito pode gerar a alteração de práticas de consumo de alimentos, a partir de uma mudança no engajamento.

Eu não tinha outro prazer, eu não saía, eu não me divertia então a minha rotina era viver em função de lanchar, comer besteira, jantar, de fazer toda a parte da alimentação da minha vida que não era assim a solução de um problema, mas era parte principal do meu dia era comer. Era me alimentar e comer assim erradamente e quando eu vi e me deparei nessa situação que as roupas já não cabiam e eu já não me sentia satisfeita com o sobrepeso e fazia da minha rotina o hábito de apenas comer, comer sempre, me alimentar e não importava o que eu fosse fazer eu tinha que comer e aí eu me deparei que eu precisava de alguma forma emagrecer. Eu não consegui emagrecer só com a reeducação e eu fiz uso de remédios [...].(pedagoga, 23 anos)

Outro aspecto interessante é o que a mídia e a sociedade apresentam como os padrões corporais e de que forma as mulheres devem proceder. Tal como apontado por Thompson e Hirschman (1995) fica clara a disciplinarização do corpo em torno de imagens oferecidas pelo mercado, o que Tonini e Sauerbronn denominaram “corpos virtuais”. Nos trechos a seguir as mulheres relatam essa ligação da sociedade com a imagem corporal delas.

A mídia mostra muito o corpo perfeito e isso se a pessoa não tiver uma mente aberta e deixar se influenciar igual acontece as vezes na adolescência isso acaba levando isso para um lado tão drástico que acaba virando uma doença né. Então não só a mídia, mas tudo. Hoje em dia a pessoa, o corpo é como se diz, como eu poderia dizer, eu não sei explicar, mas influencia tudo, o tempo todo você tem que estar magra, magérrima, igual à modelo tal que não sei o que e se for um pouquinho gordinha as pessoas às vezes fazem comentários, mas não é uma coisa que me preocupa muito. por exemplo, eu comecei a dieta porque estava me incomodando e não porque alguém me falou. E também influenciada pelo o meu namorado que ele que começou porque ele queria emagrecer e eu fui nessa também e está sendo bom. E como se diz, eu não deixei de comer nada do que eu gosto e se eu tiver vontade durante a semana, eu estou na dieta durante a semana, mas se eu tiver vontade de comer um lanche e alguma coisa eu vou comer. Não vou deixar de comer porque eu estou de dieta, como eu já fiz essa semana. (mestranda, 35 anos)

Acho bastante exigente. Eu acho que eles cobram principalmente das mulheres um corpo que nem sempre é o perfeito e nem sempre a mulher consegue aquele corpo. Eu tenho amigas que buscaram um corpo ideal por conta da cobrança, por conta do ambiente de amigos, do convívio de amigos de que tinha que ser sarada, tinha que ser definida e buscaram isso e conseguiram, mas para mim isso tudo é uma influência muito grande da mídia e que às vezes não é a felicidade, não é o caminho da felicidade, o caminho da satisfação com o corpo. (pedagoga, 23 anos)

Eu acho que a mídia está bem manipuladora ultimamente e tem influenciado bastante as pessoas e existem pessoas que querem se espelhar. Eu acho que as pessoas estão sendo muito influenciadas pela mídia. (estudante, 25 anos)

Na propaganda só tem mulher bonita, mulher sarada e assim a mulherada fica totalmente frustrada, eu particularmente eu não fico como eu falei para você o corpo para mim é onde você coloca uma roupa e cai bem só para complementar e aí se a roupa não estiver caindo bem é onde me incomoda do contrário eu não me iludo e me influencio com a mídia não. (compradora, 45 anos)

A mídia oferece os subsídios para as orientações emocionais e normativas das mulheres. Os sentimentos das mulheres frente às imagens corporais divulgadas criam conflitos em relação aos princípios e escolhas que cada mulher tem em relação ao seu corpo. Malysse (2002, p.3) destaca que o corpo possui papel fundamental nas interações sociais. As entrevistadas negam que a mídia, a opinião de terceiros e a sociedade influenciem para modificação dos seus corpos, porém elas acabam modificando as suas práticas de consumo de alimentos como forma de promoverem suas inclusões em grupos sociais estabelecidos pela mídia.

Eu me preocupo com a saúde e com a imagem corporal também. Eu procuro não me exceder na comida e procuro não me exceder na bebida alcoólica também. Não me excedo na cerveja e no chope, eu bebo socialmente e bebo com muito limite e não bebo todo fim de semana e ai eu cortei cerveja, chope que é derivado da cevada que é carboidrato e que engorda muito e justamente com medo de ficar com barriga porque eu tenho vários amigos que bebem muita cerveja e todos são barrigudos e as mulheres são barrigudas. Enfim, eu me preocupo muito com isso. Eu me preocupo com os dois, com a saúde e com a imagem corporal também. Eu procuro não me exceder na comida e procuro não me exceder na bebida alcoólica também. Não me excedo na cerveja e no chope, eu bebo socialmente e bebo com muito limite e não bebo todo fim de semana e ai eu cortei cerveja, chope que é derivado da cevada que é carboidrato e que engorda muito e justamente com medo de ficar com barriga porque eu tenho vários amigos que bebem muita cerveja e todos são barrigudos e as mulheres são barrigudas. Enfim, eu me preocupo muito com isso. (dona de casa, 43 anos)

O corpo passa a ser ponto central no processo de socialização e o corpo bonito, como veiculado na mídia, passa a ser o corpo desejado. As práticas de consumo de alimentos passam a ter uma função específica de transformar o corpo, seguindo um engajamento orientado pela estética, como declara a manicure entrevistada: “Para você ter aquele corpo sarado e definido envolvem as práticas alimentares.” (manicure, 23 anos). A professora entrevistada reforça esse engajamento: “Se você come a coisa certa, o seu corpo vai adquirir o que você está querendo. Sendo assim, você vai moldar o seu corpo de acordo com a sua alimentação.” (professora, 47 anos).

O terceiro tipo de engajamento percebido é próximo ao engajamento pela estética, mas tem objetivos distintos. Assim como o engajamento pela estética, o engajamento pela eficiência objetifica o corpo, mas apresenta uma finalidade mais

específica de fazer com que o corpo seja mais produtivo. Esse engajamento coloca o corpo no mercado de trabalho e orienta as práticas de consumo de alimento com base em possibilidades de gerar mais ou menos sucesso à mulher. As adequações do corpo ao trabalho e à imagem de trabalhador bem-sucedido estão em pauta aqui.

Eu me alimento me preocupando com saúde e imagem corporal. A saúde porque se eu não estiver disposta, bem com a minha saúde, como eu falei eu não vou estar bem para seguir o meu caminho, para seguir o meu dia a dia. Hoje como eu estou na academia eu vejo que as mulheres se importam bastante com os seus corpos, os homens são muito vaidosos também, mas hoje em dia a mulher está correndo atrás, hoje em dia a sociedade abriu um espaço maior para mulher. Então, hoje em dia ninguém segura à mulherada não, elas estão correndo atrás mesmo dos seus ideais. (professora, 47 anos)

A professora de 47 anos trata das práticas de consumo de alimentos como suporte para sua atividade profissional. Ela aponta a entrada da mulher no mercado de trabalho e percebe a concorrência entre sexos. Dessa forma, a disposição do profissional é fundamental. O corpo tem que estar disposto e ser capaz de acompanhar as demandas que surgem no ambiente empresarial. A mídia, assim como promove a disseminação de padrões de corpos a serem desejados, também atua definindo os padrões corporais de pessoas bem-sucedidas.

A mídia afeta muito. Principalmente, assim, as pessoas obesas em relação a emprego, eu assisto muito a documentários, eu tenho SKY e eu assisto muito e você vê pessoas que até se internam com depressão porque a pessoa pode ser linda, mas a sociedade ela exclui porque é obeso. Chegou gente gorda, a cadeira não vai aguentar, começam a encarnar e isso é muito feio e muito triste porque ninguém é perfeito e a gente tem que aceitar o próximo do jeito que é e a mídia oferece isso. Hoje em dia até as roupas sofrem alterações, o tamanho G e o tamanho M, hoje as pessoas vão ao shopping desanimadas porque sabem que não vão encontrar roupas para elas mesmo. (professora, 47 anos)

Aqui, mais uma vez, o corpo passa a ser entendido como um capital, conforme proposto por Goldenberg e Ramos (2007), e as práticas alimentares passam a ter importância fundamental na construção do corpo considerado bem-sucedido.

Engajamentos		
Saúde	Estética	Eficiência
Alimento tem função de manutenção da vida – composto de nutrientes etc. Corpo como local de avaliação clínica – Importância da vida	Alimento molda o corpo Corpo como objeto a ser socializado. Importância da Imagem	Alimento adequa o corpo à tarefa e à imagem de sucesso Corpo como capital no mercado de trabalho

QUADRO 07: Engajamentos a respeito das práticas de consumo de alimentos e suas relações com o corpo.

Fonte: Elaboração Própria

4.1.4 Itens de Consumo

Os itens de consumo são os modos e conteúdos de apropriação de bens e serviços que acontecem ao longo das práticas de consumo de alimentos. Nesse sentido, os itens de consumo envolvidos nas práticas de consumo de alimentos são basicamente os alimentos. No entanto, as entrevistadas apresentaram alguns itens de consumo diferentes à medida em que diferentes engajamentos foram apresentados.

As práticas que são justificadas como saudáveis (engajamentos pela saúde) envolvem o consumo de produtos que seguem orientação médica, tais como, remédios para o controle da pressão, dos sintomas da diabetes, ou mesmo para controle do peso corporal, mas com a intenção de preservar a saúde da mulher. São apresentadas algumas restrições à ingestão de alguns alimentos, que envolvem a retirada de um determinado alimento do cardápio e a preocupação com a quantidade de determinado alimento consumido, em função da quantidade de carboidratos ou de gordura. Em algumas situações a inserção de um medicamento (item de consumo) à prática de consumo leva a alterações nos procedimentos de consumo de alimento, como no relato a seguir:

Primeira mudança foi tirar a janta por eu ter o hábito de me alimentar muito tarde, o problema não foi à comida, mas o hábito que eu tinha me alimentar muito tarde e logo após dormir. O remédio (*inibidor de apetite*) facilitou para que eu comesse pouco e tivesse satisfeita. O café da manhã eu sempre fiz e o mais radical na dieta foi tirar a janta e diminuir bastante a quantidade que eu comia, principalmente no almoço. A quantidade de carboidratos, bastante arroz, bastante carboidratos e eu diminuí e não faço disso um problema hoje não, eu me acostumei e eu achava que o arroz em si era o que me alimentava e todo o resto da comida era um detalhe, o arroz era a

minha fonte de alimento, o único e restrito, mas eu aprendi que não.
(pedagoga, 23 anos)

Nos casos do engajamento com a estética e do engajamento com a eficiência são promovidas composições de itens de consumo semelhantes ao engajamento com a saúde. No entanto, não há necessariamente um acompanhamento profissional especializado que sirva como fonte para a escolha de itens de consumo, uma vez que o mercado (via propagandas) serve como orientador. O “corpo virtual” (TONINI; SAUERBRONN, 2013) é definido e controlado pelo mercado, que oferece produtos e serviços que possibilitem à mulher manter a disciplina do corpo, conforme proposto por Thompson e Hirschman (1995). Da mesma forma, o corpo eficiente e preparado para qualquer demanda organizacional, também consome itens de consumo que possibilitem a capacidade de ação e promovem a imagem de um corpo bem-sucedido. A preocupação com o sobrepeso e com aptidão física também fazem com que as mulheres incluam em suas práticas alimentares alimentos *light* e *diet*, preparados (*shakes*), chás herbais e medicamentos para controle do apetite.

De noite eu não tenho jantado não porque ou eu tomo um *shake* da *Herbalife*, eu estou nesse período. Ou eu faço um lanche porque pode um misto *light*. E eu não janto porque nesse momento eu estou fazendo dieta e também porque a gente não tem muito movimento a noite. (professora, 47 anos)

Na minha dieta eu como de três em três horas, eu não almoço, eu faço um *shake* e tomo junto com 2 chás e faço uma nutrição saudável. Quando chega umas 15:00h eu como uma ou duas frutas e 17:30h/18:00h eu como um biscoitinho e gosto sempre de jantar e esse é o meu único defeito, que eu gosto de jantar. E a minha janta infelizmente fica bem próximo do horário de dormir entre 21:30h/22:00h. Não que fique muito perto do horário de dormir porque eu durmo muito tarde por volta de 1 hora da manhã, mas mesmo assim as coisas para mim ficam muito mais difíceis de digerir e eu me sinto pesada. (compradora, 45 anos)

Os itens de consumo ofertados pelo mercado permitem que alguma refeição seja trocada pelo consumo de um preparado. A procura por um corpo mais saudável, mais bonito, ou mais adequado para trabalho (os engajamentos) definem os itens de consumo das práticas de consumo de alimentos. Mais uma vez o corpo é elemento central na definição dessas práticas.

Itens de Consumo	
Modos	Bens e serviços
Refeições compostas por preparados (shakes, chás) ao invés de alimentos	Alimentos Medicamentos inibidores de apetite Shakes e Chás herbais

QUADRO 08: Itens de consumo das práticas de consumo de alimentos e suas relações com o corpo.

FONTE: Elaboração própria

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

5.1 CONSIDERAÇÕES QUANTO A TEORIA

Conforme foi visto nesse trabalho, o consumo pode ser explicado através da participação em uma prática. Na verdade, o consumo é encarado como um momento em que quase todas as práticas acontecem, sendo assim, entende-se que o consumo envolve várias práticas (WARDE, 2005, p.137).

Sendo assim, a perspectiva teórica da pesquisa fundamentada na abordagem prático-teórica de Warde (2005), se encaixa na proposta deste trabalho, pois desta forma foi possível compreender e descrever a relação entre o consumo e práticas alimentares e os corpos das mulheres através dos componentes das práticas: Entendimentos, procedimentos, engajamentos e os itens de consumo.

É importante ressaltar que esta teoria não é a única capaz de responder o problema de pesquisa deste referido trabalho, pois como já mencionado no referencial teórico existem vários outros pesquisadores que já contribuíram para o problema em questão, mas a perspectiva prático-teórica de Warde se enquadra adequadamente no problema de pesquisa desse trabalho.

O suporte teórico ajudou muito a pesquisadora atingir o objetivo proposto na pesquisa, apesar das dificuldades e riscos que a pesquisa qualitativa impõe, porém esse trabalho tornou-se profundamente estimulante, agradável e desafiador. Os métodos qualitativos tornam os dados muito expressivos, mas também difíceis de analisar, mas o referencial teórico ajudou e muito a pesquisadora ultrapassar esses desafios ao longo da análise. As muitas leituras do material obtido pela pesquisadora ajudaram a cruzar com as informações que a princípio pareciam desconexas, mas depois de cruzados com a teoria a pesquisadora conseguiu produzir resultados e trouxe a resposta para o problema de pesquisa deste trabalho.

Por ser uma pesquisa qualitativa e as práticas serem o objeto investigado, ou seja, um objeto que está presente nas várias formas de consumo, no caso dessa pesquisa no consumo alimentar, foi possível observar os quatro componentes das práticas apresentados na perspectiva prático-teórica de Warde (2005), sendo assim contribuindo para futuras pesquisas sobre o perfil dos consumidores, a respeito de novos estudos a respeito deste tema.

5.2 CONSIDERAÇÕES QUANTO AO MÉTODO

Neste capítulo, exponho um epítome do que foi apresentado neste trabalho quanto ao método e diante do todo posso afirmar que as práticas elas podem ser apresentadas como entendimento dos conhecimentos e interpretações práticas do que e como fazer, como procedimentos envolvendo regras, princípios e instruções de como fazer, como engajamentos das orientações emocionais e normativas e como itens de consumo dos modos e conteúdos das apropriações de bens, que assim foram encontrados nos discursos de atividades práticas e representações da vida social vistas como formas sociais rotinizadas.

Existem outras teorias que são capazes de responder ao problema de pesquisa exposto nesse trabalho, pois existem vários outros pesquisadores, que foram mencionados no trabalho, que já contribuíram para o aperfeiçoamento desse assunto, porém a perspectiva prático-teórica de Warde (2005) nos permitiu através da realização das entrevistas semiestruturada identificarem todas as categorias propostas na teoria da prática como forma de componentes, porém não permitiu aprofundar as contradições no discurso das entrevistadas, que poderiam ter sido captados através de outro método de coleta de dados, como a Videografia, que teria como engrandecer a discussão das relações entre consumo de alimentos, as práticas alimentares e os corpos das mulheres. Esse tipo de método talvez poderá auxiliar outras pesquisas a aprofundar a discussão.

Durante a análise dos dados a primeira coisa a ser feita foi separar e organizar os trechos considerados melhores e adequá-los em um quadro analítico para dar suporte para análise. Sendo assim, os trechos foram separados por categorias, sendo essas: entendimentos, engajamentos, procedimentos e itens de consumo. Numa metodologia de base qualitativa o quadro analítico ajuda muito a *priori*, pois conseguimos definir e categorizar os dados obtidos em cada entrevista, deste modo organizando para que cada dado possa indicar novas perspectivas a investigação e para apontar se as entrevistas podem continuar.

Sendo assim, cada depoimento levantado foi sendo organizado com as informações relativas ao objeto investigado, tornando assim essa pesquisa consistente e densa.

As categorias identificadas foram de acordo com os componentes das práticas segundo Warde (2005), com essas categorias levantadas foi feito a

interpretação e comparação dos dados com a teoria descrita e já mencionada no referencial teórico para que as análises das entrevistas tenham assim uma validação.

Os quatro componentes das práticas de Warde (2005) contribuíram além da categorização das práticas, mas também ajudaram a esclarecer o problema desta pesquisa. As relações são distintas para cada mulher, mas alguns discursos semelhantes, porém as categorias mencionadas acima nos ajudam a esclarecer essas relações.

É provável que algumas das mulheres entrevistadas não tenham exposto as suas ideias e/ou respostas reais por razões particulares, embora a pesquisadora tenha tentado passar confiança e ter tido o maior cuidado para não influenciar nas respostas das mulheres entrevistadas, o que destaca a importância da Videografia.

5.3 CONSIDERAÇÕES QUANTO AOS ACHADOS NO CAMPO

A partir da perspectiva prática-teórica de Warde (2005), pode-se afirmar que as práticas são como umnexo de atividades práticas que estão conectadas por meio dos entendimentos, procedimentos, engajamentos e os itens de consumo. O autor explica que apesar de reduzir a importância analítica do individual, não necessariamente impede a caracterização do comportamento de consumo de um único indivíduo, mas se o indivíduo é o ponto de interseção de diversas práticas e as práticas originam o consumo, de fato, surge uma nova perspectiva sobre o comportamento do consumidor (WARDE, 2005, p. 144).

A teoria de prática serviu como guia para descrição e compreensão a respeito do consumo, das práticas alimentares e suas relações com os corpos das mulheres da Baixada Fluminense.

O componente entendimento está relacionado às interpretações práticas do **que** e de **como** fazer, o conhecimento e o *know-how* em um sentido amplo. Nesse caso, o entendimento das práticas nos remete a como fazer algo e compartilhar entendimentos comuns. Assim, as mulheres entendem as práticas através dos aspectos culturais alimentares, aspectos sociais, aspectos nutricionais e também através do entendimento do corpo com relação ao consumo alimentar. Deste modo, as mulheres entendem e relacionam o consumo e práticas alimentares com os seus corpos.

O componente procedimento está relacionado ao que a mulher define por meio de regras e princípios. Os procedimentos podem variar, independentemente de um ou outro componente dos nexos, das suas distintas formas de aprendizagem e dentro dos grupos participantes.

O componente engajamento está ligado ao que a mulher relaciona com as orientações emocionais e normativas relacionadas com o que e como fazer. Dentro da proposta analítica de Warde (2005) existe uma necessidade de compreender como os nexos, nesse caso os engajamentos, são adquiridos conforme o desenvolvimento das práticas.

O componente item de consumo está relacionado ao que a mulher define como os modos e conteúdos de apropriação de bens e serviços. O consumo em um sentido amplo pode ser entendido, bem como um processo em que os consumidores compõem um grupo de agentes das práticas de consumo e se engajam em atos de apropriação de bens e serviços que podem ser comprados ou não.

As quatro categorias encontradas na perspectiva prática-teórica de Warde (2005) ajudam a esclarecer o problema dessa pesquisa que é de que forma as mulheres da Baixada Fluminense relacionam consumo, práticas alimentares e seus corpos. Apesar das mulheres terem um discurso diferente essas categorias descritas acima nos ajudam esclarecer como as práticas acontecem através do consumo alimentar relacionado com o corpo.

Deste modo, a perspectiva prática-teórica de Warde (2005), contribuiu para categorização do consumo e das práticas alimentares relacionado com o corpo das mulheres da Baixada Fluminense.

Desta forma, a partir deste trabalho ficou claro que as mulheres relacionam o consumo e as práticas alimentares com os seus corpos através de aspectos culturais, aspectos sociais, através da justificativa de serem saudáveis, através do aperfeiçoamento dos seus corpos e pode-se afirmar que de acordo com a teoria de prática ficou claro que o consumo em si acontece através das práticas de cada indivíduo e são estas que conseguem explicar o consumo. Isto é, o consumo acontece no interior das práticas e por causa delas dentro da perspectiva prática-teórica. As atividades e os momentos de consumo se originam no desempenho dessas práticas e sua origem não está relacionada às escolhas ou motivos individuais, nem a estruturas culturais (WARDE, 2005; HARGREAVES, 2011).

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ACEVEDO, C. R.; NOHARA, J. J. ARRUDA, A. L.; TAMASHIRO, H. R. S.; BRASHEAR, T. How women are depicted in ads? A content analysis study with Brazilian advertisements. **International Business & Economics Research Journal**, v.5, n.10, p.59-72, 2006.

AMARAL, M. C. M. **Culto ao corpo e estilo de vida entre as mulheres**. 2011. 321 p. Tese (Doutorado em Sociologia) – Instituto de Ciências Sociais, Departamento de Sociologia, Universidade de Brasília, Brasília.

ACKERMAN, D. **Uma história natural dos sentidos**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1992. 366 p.; p. 161-212.

ARNOULD, E. J.; THOMPSON, C. J. Consumer Culture Theory (CCT): Twenty years of research. **Journal of Consumer Research**, v.31, n.4. p. 868-882, 2005.

BANERJEE, S. B.; LINSTED, S. Globalization, Multiculturalism and Other Fictions: Colonialism for the New Millenium? **Organization articles**, London, v.8, n.4, p. 683-722, 2001.

BANISTER, E. N.; HOGG, M. K. "Avoiding Embodying the Negative": The Dialectic Between Body Image and Negative Selves", In: GCB - Gender and Consumer Behavior, 2002, Pauline Maclaran, Paris. **Artigo**. France: Association for Consumer Research, v. 6, p. 17-34.

BARDIN, L. **Análise de conteúdo**. São Paulo: Edições 70, 2011, 229 p.

BEZERRA, I. N.; SOUZA, A. M.; PEREIRA, R. A.; SICHIERI, R. Consumo de alimentos fora do domicílio no Brasil. **Revista de Saúde Pública**, v.47, n.1, p.200s-211s, 2013.

BONI, V.; QUARESMA, S. J. Aprendendo a entrevistar: como fazer entrevistas em Ciências Sociais. **Revista Eletrônica dos Pós-Graduandos em Sociologia Política da UFSC**, Santa Catarina, v. 2, n. 1, p. 68-80, jan.-jul. 2005.

BORELLI, F. C. A *Practice Theory* e o Estudo do Consumo: reforçando o chamado de Alan Warde. In: V Encontro de Marketing da ANPAD, 2012, Curitiba. **Anais...** Curitiba: ANPAD, maio 2012.

BRAGA, V. Cultura Alimentar: Contribuições da antropologia da alimentação. **Saúde em Revista**, Piracicaba, v. 6, n. 13, p. 37-44, 2004.

BRUM, A. L. **A economia internacional na entrada do século XXI: transformações irreversíveis**. 2 ed. Ijuí: Unijuí, 2002.

CASCUDO, L. C. **História da Alimentação no Brasil**. 3 ed. São Paulo: EDUSP, 1983.

CANESQUI, A. M. (Org.). **Antropologia e nutrição: um diálogo possível**. Rio de Janeiro: FIOCRUZ, 2005.

_____. A qualidade dos alimentos: Análise de algumas categorias da dietética popular. **Revista de Nutrição**, Campinas, v. 20, n. 2, p. 203-216, mar./abr. 2007.

CASOTTI, L.; THIOLENT M J. M. Comportamento do Consumidor de Alimentos: Informações e Reflexões. In: ENANPAD 1997, 22, 1997, Angra dos Reis. **Anais...Angra dos Reis: ENANPAD, 1997.**

CASOTTI, L; RIBEIRO, A.; SANTOS, C.; RIBEIRO, P. Consumo de Alimentos e Nutrição: dificuldades práticas e teóricas. **Revista Cadernos de Debate**, Campinas, v. VI, p. 26-39, 1998.

CHEUNG-LUCCHESI, T.; ALVEZ, C. S. Percepção do corpo feminino e os comportamentos de consumo de serviços de estética. **Organizações em Contexto**, v.9, n.18, p.271-294, 2013.

CLEGG, S. **As organizações modernas**. Oeiras: Celta Editora, 1998.

DAMATTA, R. **O que faz o Brasil, Brasil?** Rio de Janeiro: Rocco, 1984.

EISEND, M.; MOLLER J. Media consumption and the construction of consumer reality of body images. In: M. C. Lees, T. Davis & G. Gregory, 7, 2006, Asia-Pacific Advances in Consumer Research. **Anais...Sydney: Association for Consumer Research, 2006.**

FONSECA, A. B.; SOUZA, T. S. N.; FROZI, D. S.; PEREIRA, R. A. Modernidade alimentar e consumo de alimentos: contribuições sócio-antropológicas para a pesquisa em nutrição. **Ciência & Saúde Coletiva**, Rio de Janeiro, v. 16, n. 9, p. 3843 – 3862, set. 2011.

GABEL, T.; BOLLER, G. W. A. Preliminar look at the globalization of the tortilla in Mexico. **Advances in Consumer Research**, v. 30, p.135-141, 2003.

GARCIA, R. W. D. Reflexos da globalização na cultura alimentar: considerações sobre as mudanças na alimentação urbana. **Revista de Nutrição**, Campinas, v. 16, n. 4, p. 483-492, out./dez. 2003.

GARRINI, S. P. F. Do corpo desmedido ao corpo ultramedido. Reflexões sobre o corpo feminino e suas significações da mídia impressa. In: Congresso Nacional de História da Mídia, 5, 2007, São Paulo. **Anais...São Paulo: Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, 2007, p. 1-12.**

GIACOMINI, S. M. **O corpo como cultura e a cultura do corpo: uma explosão de significados**. **Physis: Revista de Saúde Coletiva**. Rio de Janeiro, v. 14, n. 2, p. 406-416, jul./dez. 2004.

GOLDENBERG, M. O corpo como capital. In: M. Goldenberg (Org.). **O corpo como capital: estudos sobre gênero, sexualidade e moda na cultura brasileira**. Barueri: Estação das Letras e Cores, 2007.

GOLDENBERG, M.; RAMOS, Marcelo S. O corpo carioca (des)coberto. In: CASTILHO, K.; GALVÃO, D. (Orgs.). **A moda do corpo e o corpo da moda**. São Paulo: Esfera, 2002. p. 111-125.

_____. A civilização das formas: O corpo como valor. In: GOLDENBERG, Mirian (Org.). **Nu e Vestido. Dez antropólogos Revelam a Cultura do Corpo carioca**. 2 ed. Rio de Janeiro: Record, 2007, p. 19-40.

GOULDING, C. ; SAREN, M.; FOLLETT, J. Consuming the Grotesque Body In: European Advances in Consumer Research, 6, 2003, Provo. **Anais...Utah**: Association for Consumer Research, 2003, p. 115-119.

GRAM-HANSEN, K. Understanding change and continuity in residential energy consumption. **Journal of Consumer Culture**, v. 11, n. 1, p. 61-68, 2011.

HAGUETTE, T. M. F. **Metodologias qualitativas na Sociologia**. 5ª edição. Petrópolis: Vozes, 1997.

HALL, J.; O'MAHONY, G. B. Gender and Consumer Choice: the Influence of Perceived Body Image on the Food Purchasing Behaviour of Generation X Females". In: GCB - Gender and Consumer Behavior, 6, Pauline Maclaran, Paris. **Anais...France**: Association for Consumer Research, 2002, p. 35-36

HARGREAVES, T. Practice-ing behaviour change: Applying social practice theory to proenvironmental behaviour change. **Journal of Consumer Culture**, v. 11, n. 1, p. 79-99, 2011.

HAUSMAN, A. Hedonistic rationality: the duality of food consumption. **Advances in Consumer Research**, v. 32, n. 1, p.404-405, 2005.

HEISLEY, D. D. Visual research: current bias and future direction. **Advances in Consumer Research**, v. 28, n. 1, p.45-46, 2001.

HERNÁNDEZ, J. C. Patrimônio e globalização: o caso das culturas alimentares. IN: CANESQUI, A. M.; GARCIA, R. W. D. (Org.). **Antropologia e nutrição: um diálogo possível**. Rio de Janeiro: Fiocruz, 2005.

HOFF, T. M. C. O corpo imaginado na publicidade. **Caderno de Pesquisa ESPM**, São Paulo: ESPM, n. 1, v. 1, p. 23-39, mai./jun. 2005.

LAI, A.; DERMODY, J.. Cannibal Or Commodity Fetish: Body As Material Interaction. **Association for Consumer Research**, v. 36, p. 339-347, 2009.

LIMA, P.; MACIEL, L. H. Teoria da Prática. **PREZI**, 2012. Disponível em: < <http://prezi.com/f5renn34arum/teoria-da-pratica/>>. Acesso em: 10 mar. 2014

MALYSSE, S. (H)alteres-ego: olhares franceses nos bastidores da corpolatria. In: GOLDENBERG, M. (Org). **Nu & vestido: dez antropólogos revelam a cultura do corpo carioca**. Rio de Janeiro: Record, 2002.

MARINS, B. R.; ARAUJO, I. S.; JACOB, S. C. A propaganda de alimentos: orientação, ou apenas estímulo ao consumo?. **Ciência & Saúde Coletiva**. Rio de Janeiro, v. 16, n. 9, p. 3873-3882, set. 2011.

MORAES, R. Análise de conteúdo. **Revista Educação**, Porto Alegre, v. 22, n. 37, p. 7-32, 1999.

NEVES, J. L. Pesquisa qualitativa: Características, usos e possibilidades. **Cadernos de Pesquisas em Administração**. São Paulo, v.1, n. 3, p. 1-5, 1996.

OLIVEIRA, S. P.; THÉBAUD-MONY, A. Estudo do consumo alimentar: em busca de uma abordagem multidisciplinar. **Revista de Saúde Pública**. São Paulo, v. 31, n. 2, p. 201-208, abr. 1997.

PATRIOTA, L. M. Cultura, identidade cultural e globalização. **Qualit@s Revista Eletrônica**. João Pessoa, v. 1, n. 4, p. 1-9, ago. 2002.

PEREIRA, S. J. N.; AYROSA, E. A. T. Estigma, consumo e identidade de gênero entre gays. In: ENCONTRO DE MARKETING DA ANPAD, 4, 2010, Florianópolis. **Anais...** Florianópolis: ANPAD, maio 2010, p. 1-15.

PEREIRA, S. J. N.; AYROSA, E. A. T. Corpos consumidos: cultura de consumo gay carioca. **Organização & Sociedade**, v.19, n.61, p.295-313, 2012. In: ENCONTRO DE MARKETING DA ANPAD, 4, 2010, Florianópolis. **Anais...** Florianópolis: ANPAD, maio 2010, p. 1-15.

PROENÇA, R. P. C. Alimentação e globalização: algumas reflexões. **Ciência e Cultura**. São Paulo, v. 62, n. 4, p. 43-46, out. 2010.

RECKWITZ, A. Toward a Theory of Social Practices: A development in culturalist theorizing. **European Journal of Social Theory**, v. 5, n. 2, p. 243-263, 2002.

RØPKE, I. Theories of practice - New inspiration for ecological economic studies on consumption. **Ecological Economics**, v. 68, p. 2490-2497, 2009.

SABINO, C. Anabolizantes: drogas de Apolo. In GOLDENBERG. M. (Org.) **Nu e Vestido. Dez antropólogos revelam a cultura do corpo carioca**. Rio de Janeiro: Record, p. 139-188, 2007.

SANTOS, M. **Técnica, espaço e tempo: globalização e meio técnico-científico**. 3.ed. São Paulo: EDUSP, 1997.

SANTOS, B. S. Globalizations. **Theory, Culture & Society**, v. 23, n.2-3, p. 393-398, 2006.

SANTOS, L. **O corpo, o comer e a comida: um estudo sobre as práticas corporais e alimentares no mundo contemporâneo**. Salvador: EDUFBA, 2008. 330 p.

SAUERBRONN, J. F. R.; CERCHIARO, I, B. Uma Discussão sobre Métodos Alternativos em Pesquisa Acadêmica em Marketing. In: Encontro da ANPAD, 28, 2004. **Anais...**, Curitiba, Paraná, 2004.

SAUERBRONN, J. F. R.; TONINI, K. A. D.; LODI, M. D. F. Um estudo sobre os significados de consumo associados ao corpo feminino em peças publicitárias de suplementos alimentares. **REAd. Revista Eletrônica de Administração**, v.17, n.1, p.1-25, 2011.

SCHATZKI, T. R. **Social Practices: A Wittgensteinian Approach to Human Activity and the Social**. Cambridge: Cambridge University Press, 1996.

_____; CETINA, K. K.; SAVIGNY, E. V. **The Practice Turn in Contemporary Theory**. 1 ed. London and New York: Routledge, 2001.

SCHROEDER, J.; DOBERS P. Imagining identity: technology and the body in marketing communications. In: *Advances in Consumer Research*, 34, 2007, Duluth. **Anais...**Duluth: Association for Consumer Research, 2007, p. 229-232.

SHOVE, Elizabeth; PANTZAR, Mika. Consumers, Producers and Practices: Understanding the invention and reinvention of Nordic walking. **Journal of Consumer Culture**, v. 5, n.1, p. 43-64, 2005.

SIQUEIRA, H. S. G.; PEREIRA, M. A. O sentido da autonomia no processo de globalização. **Revista EDUCAÇÃO**. Rio Grande do Sul, v. 22, n. 2, 1998.

SMITH, S.; FISHER, D.; COLE, S. J. The lived meanings of fanaticism: understanding the complex role of labels and categories in defining the self in consumer culture. **Consumption, Markets & Culture**, v. 10, n. 2, p.77-94, 24 jul. 2007.

STEENKAMP, J. B. E. M. Food Consumption Behavior. In: *European Advances in Consumer Research*, 1993, Wageningen. **Anais...** Wageningen: Agricultural University, 1993, v. 1, p. 401-409.

THIRY-CHERQUES, H. R. Saturação em pesquisa qualitativa: estimativa empírica de dimensionamento. **Revista PMKT**, n.3, p.20-27, set. 2009.

THOMPSON, C. J.; HIRSCHMAN, E. C. Understanding the socialized body: a poststructuralist analysis of consumers' self-conceptions, body images, and self-care practices. **Journal of Consumer Research**, v.22, n.3, p.139-153, 1995.

TONINI, K. A. D.; SAUERBRONN, J. F. R. Mulheres Cariocas e seus Corpos: Uma Investigação a Respeito do Valor de Consumo do Corpo Feminino. **Remark. Revista Brasileira de Marketing**, v. 12, n. 3, p. 77-101, 2013.

TRUNINGER, M. Cooking with Bimby in a Moment of Recruitment: Exploring Conventions and Practice Perspectives. **Journal of Consumer Culture**, v. 11, n. 1, p. 37–59, 2011.

VERGARA, S. C. **Projetos e relatórios de pesquisa em administração**. 10ª ed. São Paulo: Atlas, 2009

WARDE, A. Consumption and Theories of Practice. **Journal of Consumer Culture**, v. 5, n. 2, p. 131-153, 2005.

WITT, J. S. G. Z.; SCHNEIDER, A. P. Nutrição Estética: valorização do corpo e da beleza através do cuidado nutricional. **Ciência & Saúde Coletiva**, v.16, n.9, p. 3909-3916, 2011.

ANEXO I**PROTOCOLO DE ENTREVISTA**

Em primeiro lugar gostaria de agradecer sua participação nesta entrevista. Meu nome é Camila Teixeira e sou aluna do mestrado em administração do Programa de Pós Graduação em Administração da Unigranrio. Esta pesquisa sobre consumo e práticas alimentares é orientada pelo professor João Felipe Sauerbronn, do PPGA/Unigranrio, e ele pode ser contatado através do telefone 2531 8804. Os dados coletados nesta entrevista serão acessados exclusivamente pela equipe de pesquisa do professor João Felipe e sua identidade será mantida em sigilo. A sua participação é absolutamente voluntária e você pode interrompê-la a qualquer momento, se esta for sua vontade.

Se você estiver de acordo em prosseguir, por favor, date e assine abaixo.

Rio de Janeiro, _____ de _____ de 2014.

Ass.: _____.

Se você quiser receber o(s) trabalho(s) resultante(s) desta pesquisa, por favor, escreva o seu endereço de e-mail: _____.

ANEXO II

ROTEIRO SEMI-ESTRUTURADO DAS ENTREVISTAS I

Em primeiro lugar, gostaria de agradecer a sua participação nessa entrevista e se for de sua vontade poderá interromper a entrevista a qualquer momento.

Data da Entrevista:

Local:

Hora:

Nome da entrevistada:

PRIMEIRA PARTE – QUESTÕES PESSOAIS

Sexo:

Data de Nascimento:

Local:

Idade:

Cidade atual:

Mora sozinho ou com os pais?

Morou com o pai/mãe até quando?

Irmãos/Irmãs? Idade(s)

Profissão:

Trabalha: () Sim () Não

Horário de trabalho:

Estado civil:

Casado em:

Divorciado:

Casou-se novamente:

Filhos – nome e idade:

SEGUNDA PARTE – RELAÇÕES DE CONSUMO E PRÁTICAS ALIMENTARES E CORPO

Onde você costuma realizar suas refeições? Por quê? Com que frequência?

Leva suas refeições para o trabalho de casa ou compra na rua? Isso implica na sua alimentação diária/na forma de se alimentar? De que forma?

Você se preocupa em fazer todas as alimentações necessárias durante o dia? Troca às refeições principais (Almoço e Jantar) por lanches alternativos?

Você acha que o “tempo” é um fator principal para mudanças nas práticas alimentares?

Faz algum tipo de dieta?

O que mudou nas suas práticas alimentares diárias? Por quê?

Você se alimenta se preocupando com a sua saúde ou com a sua aparência/imagem corporal?

Você acha que as mulheres se preocupam mais com seus corpos?

A construção de um corpo saudável/belo envolvem as práticas alimentares?

A alimentação está relacionada com a imagem corporal da mulher. O que você acha sobre isso? Você acha que a mídia impõe isso?

O que é comer?

O que é comida boa?

O que é comida saudável?

Há diferença entre se alimentar e comer?

A aparência do alimento tem grande influência na hora de comer? (comida feia/comida bonita)

No ato da compra dos seus alimentos o que mais importa? (preço/alimentos saudáveis/qualidade)

Como você escolhe os seus alimentos?

Você acha que a forma de consumir pode estar relacionada a sua identidade cultural (Sentimento de pertencimento a uma cultura nacional, ou seja, aquela cultura em que nascemos e que absorvemos ao longo de nossas vidas)?

Existe algum tipo de prática de consumo que adquiriu com a identidade cultural?

Os produtos industrializados trouxeram uma grande mudança nas práticas alimentares?

A inserção da mulher no mercado de trabalho muda a produção doméstica alimentar para o sistema de mercado. Você acha que isso traz mudanças na forma de se alimentar/de consumir?

Através das práticas que o consumo acontece. Você acha que as suas escolhas na hora do consumo acontecem através das suas práticas alimentares?

Você é o que você come? Por quê?

Qual o significado da comida para você?

Você sente prazer ou uma necessidade de se manter ao comer?

A emoção/estado de espírito pode alterar suas práticas alimentares diárias? De que forma?

As práticas são vistas como regras na sua alimentação?

ANEXO III

ROTEIRO SEMI-ESTRUTURADO DAS ENTREVISTAS II

Em primeiro lugar, gostaria de agradecer a sua participação nessa entrevista e se for de sua vontade poderá interromper a entrevista a qualquer momento.

Data da Entrevista:

Local:

Hora:

Nome da entrevistada:

PRIMEIRA PARTE – QUESTÕES PESSOAIS

Sexo:

Data de Nascimento:

Local:

Idade:

Cidade atual:

Mora sozinho ou com os pais?

Morou com o pai/mãe até quando?

Irmãos/Irmãs? Idade(s)

Profissão:

Trabalha: () Sim () Não

Horário de trabalho:

Estado civil:

Casado em:

Divorciado:

Casou-se novamente:

Filhos – nome e idade:

SEGUNDA PARTE – RELAÇÕES DE CONSUMO E PRÁTICAS ALIMENTARES E CORPO

Me fale um pouco das suas praticas cotidianas, desde o momento em que você acorda.

Pela manhã você tem costume de tomar café da manhã?

E depois quando será sua próxima refeição?

O que você come no almoço?

O que costuma comer na parte da tarde?

E na parte da noite? O jantar?

Qual a refeição mais importante do dia para você?

Onde você costuma realizar suas refeições?

Leva suas refeições de casa para o trabalho ou almoça fora? Isso implica na sua alimentação diária/na forma de se alimentar? De que forma?

O “tempo” é um fator principal para mudanças nas práticas alimentares?

Existe alguma preocupação em fazer todas as alimentações necessárias durante o dia? Troca às refeições principais (Almoço e Jantar) por lanches alternativos?

Houve alguma mudança na sua rotina nos últimos tempos? de horário, de trabalho

Você gosta de se alimentar junto com outras pessoas ou você gosta mais de comer sozinha?

E no final de semana a forma de se alimentar muda? De que forma?

E quando você costuma sair pra comer fora, sair com os amigos, alguma atividade. Final de semana onde ocorre interação entre outras pessoas, e isso modifica a sua forma de se alimentar?

Me fale um pouco sobre a sua relação com o seu corpo. Primeiro uma pergunta: o que é o corpo pra você? O que ele representa?

Você pratica alguma atividade física? Qual? Para qual finalidade?

Você está satisfeita com seu corpo?

Qual a parte do seu corpo que você mais gosta?

Qual a parte que você menos gosta?

Já fez ou faz algum tipo de dieta?

Me fale um pouco sobre a sua dieta?

Com a dieta o que mudou nas suas práticas alimentares diárias?

Para que você faz dieta?

Você se alimenta se preocupando com a sua saúde ou com a sua aparência/imagem corporal?

As mulheres se preocupam mais com seus corpos?

A construção de um corpo saudável/belo envolvem as práticas alimentares?

A alimentação pode estar relacionada com a imagem corporal da mulher? O que você acha sobre isso? O que acha da mídia?

O que é comer?

Você come para que?

O que é comida boa?

O que é comida saudável?

Há diferença entre se alimentar e comer?

A aparência do alimento influencia na hora de você comer? (comida feia/comida bonita)

O que são alimentos bons? E ruins?

No ato da compra dos seus alimentos o que mais importa? (preço/alimentos saudáveis/qualidade)

Como você escolhe os seus alimentos dentro e fora de casa?

A cultura determina aquilo que você come e bebe? O que é comestível e o que não é?

Existe algum tipo de prática de consumo que adquiriu com a sua cultura?

Você consome produtos industrializados? Esses trouxeram mudanças nas suas práticas alimentares?

A inserção da mulher no mercado de trabalho muda a produção doméstica alimentar para o sistema de mercado. Você acha que isso traz mudanças na forma de você se alimentar/de consumir?

Você é o que você come? Por quê?

Qual o significado da comida para você?

Você sente prazer ao comer?

E quando se compartilha a refeição, há alguma mudança na hora de comer?

A emoção/estado de espírito pode alterar suas práticas alimentares diárias? De que forma?

Quando é para preparar uma comida é você em que faz a sua comida?

Gosta de preparar comida para as outras pessoas?

O que representa preparar uma refeição para outras pessoas?

As práticas são vistas como regras na sua alimentação?