ALIMENTAÇÃO E SAÚDE: AS NOVAS RELAÇÕES ESPAÇO-TEMPO E SUAS IMPLICAÇÕES NOS HÁBITOS DE CONSUMO DE ALIMENTOS

Food and health: The new space-time relations and its implications in habits of food consumption

Silvia Aparecida Guarnieri ORTIGOZA1

RESUMO

Este artigo discute o comportamento do comércio de alimentação, refletindo sobre as novas relações espaço-tempo. Desenvolve uma análise da sociedade produtivista, em que o consumo de alimentação muda radicalmente, pois o tempo escasso e altamente quantitativo faz surgir novos hábitos. Analisa as novas formas de consumo de alimentação na vida cotidiana, geradas a partir do ingresso maciço da mulher no mercado de trabalho e de suas novas necessidades. O fastfood é avaliado como instrumento de apoio ao desenvolvimento dessa sociedade, na qual o comércio vai encontrando condições de desenvolvimento por meio da criação de diferentes estratégias de reprodução. A alimentação e a saúde sofrem grandes impactos com essas mudanças no cotidiano da população.

Palavras-Chave: alimentação; saúde; consumo; cotidiano; tempo; espaço.

ABSTRACT

This paper aims at discussing the behavior of the feeding trade, thinking over the new space-time relations. It develops an analysis of the productive society , where the feeding consumption changes radically , because the scarce and highly quantitative time generates new habits. It analyzes the new forms of feeding consumption in the daily life, brought about by the women's massive entrance in the labor market and of their new needs. Fast-food is rated as being a supporting instrument to the development of this society, where the trade finds conditions for the development through the creation of different strategies for reproduction. Food and health suffer major impacts with these changes in daily life of the population.

Key words: feeding; health; consumption; daily; time; space.

¹ Doutora em Geografia e professora na Unesp – IGCE — Departamento de Geografia – Rio Claro – SP. E-mail:sago@rc.unesp.br.

INTRODUÇÃO

No Brasil, ao mesmo tempo em que, milhões de pessoas morrem vítimas da fome, outras mergulham na abundância. Esta consideração nos faz pensar que, tanto uma situação como a outra, faz parte da ordem social, ou seja, da má-distribuição de riquezas dentro do país. A diferença de renda entre os brasileiros é tão grandiosa que convivem lado a lado no mesmo espaço de nossas grandes cidades pessoas "famintas e desnutridas" e pessoas "fartas e obesas". Existem importantes relações nesta realidade conflitante que merecem ser pesquisadas, pois há um verdadeiro fosso entre os que nada tem e os que têm em excesso. Estas grandes diferenças acabam por caracterizar o Brasil como um país de contrates: escassez e abundância, pobreza e riqueza, fome e gula.

A fome mata, e este é um fato que inúmeras pesquisas dão conta de explicar. A fome é uma condição pessoal dada pela extrema pobreza, os indivíduos não têm poder de escolha em relação a ela. Entretanto, os abusos e o excesso de alimentação e prejuízos a saúde dos indivíduos é uma situação que é passível de escolhas. Mas, o fato de existir a liberdade de escolha, no "que" comer e no "quanto" comer, não alivia os comportamentos indevidos. O exagero no consumo de determinados tipos de alimentos tem gerado um quadro preocupante na saúde pública mundial. Desse modo, é preciso ainda entender e especificar as estreitas relações entre a má alimentação e a saúde dos indivíduos.

Nesse contexto, o presente artigo pauta-se na análise do desenvolvimento dos hábitos de alimentação e seus impactos na saúde pública. Parte do pressuposto que as novas relações espaço-tempo têm papel fundamental na dinâmica do consumo de alimentação principalmente nas grandes cidades e metrópoles. Discute ainda os apelos midiáticos que despertam a "gula2". Nesse sentido, procurar-se-á refletir sobre as formas de alimentação que são criadas pelas necessidades da escassez de tempo e pela força da mídia. Trata-se de um esforço reflexivo que está apoiado nas linhas de pesquisas da Geografia Urbana e Geografia da Saúde as quais têm apresentado, nos últimos anos, um quadro de enfoque bastante diversificado tanto no plano teórico como metodológico. O maior desafio consiste na compreensão da complexa realidade sócio-espacial brasileira e mundial e os impactos dessa complexidade à saúde pública.

Este texto também se propõe a trazer à tona

preocupações com o papel do comércio e do consumo e as respectivas inter-relações espaciais. Nesse estudo as relações sociais de produção e de consumo são analisadas como partes de um processo de produção dinâmico, em constante movimento. E, portanto, dentro de um quadro bastante denso de contradições o consumo passa a ser uma categoria de análise geográfica, pois fornece elementos para o entendimento das desigualdades e dos impactos sociais e ambientais advindos de sua expansão na sociedade atual.

Ao abordar o impacto social do consumo, este artigo procurará atrelar os hábitos de alimentação e os prejuízos a saúde pública. Para tanto, buscar-se-á na vida cotidiana a base explicativa para as mudanças de hábitos de consumo na sociedade urbana atual. É possível observar que a alimentação entre todas as mercadorias é a última, que num caso de crise econômica deixamos de consumir.

O consumo de alimentação envolve uma multiplicidade de conflitos, pois contempla também diferentes padrões culturais, define formas de sociabilidade e, portanto, abarca forças homogeneizantes e muitas especificidades. Identificar as diversas relações sociais que caracterizam as atitudes de consumo de alimentação é muito importante para que possamos avaliar o desenvolvimento de algumas formas comerciais e dos respectivos produtos.

Com o avanço do processo de globalização, novas funções e especializações surgem nas cidades, e o que "dita" o consumo, se aperfeiçoa, ganhando complexidade. E desse modo, investigar o tema "alimentação e saúde" faz com que diversos dilemas (específicos e concretos) sejam considerados na busca do entendimento da realidade atual.

Em estudos anteriores (ORTIGOZA, 1996, 2001) foi possível observar que a valorização do espaço onde se consome também pode ser avaliada pelo seu conteúdo subjetivo, ou seja, no caso do comércio de alimentação o que vemos com freqüência é que do que se mercantiliza, muitas vezes, é a própria imagem. O fast-food, por exemplo, tem uma imagem globalizada que também se torna uma mercadoria do mercado de consumo.

Outro fator fundamental para entender o consumo de alimentação é o ritmo do urbano, dado pelo tempo produtivista do processo de produção, que acaba invadindo a vida social e impondo aos cidadãos, principalmente das grandes cidades, alguns comportamentos de consumo, dados pela escassez do tempo. Sob a pressão desse tempo quantitativo, as relações de con-

² Gula é aqui entendida como excesso de comida e bebida, no sentido também da qualidade dos produtos ingeridos.

sumo passam a ser cada vez mais normatizadas. Temos então: um tempo que é mundial e uma vida cotidiana que se realiza no local. Essa relação local/global nos leva a discussão de que quanto mais se globaliza o econômico e se aceleram e virtualizam os fluxos, mais o plano do espaço-local ganha importância, pois ele é o meio pelo qual o processo de produção consegue se realizar.

Dentro deste enfoque aqui exposto, procuraremos desvendar a essência do consumo de alimentação questionando: O que leva as pessoas a consumirem determinados produtos? Qual a qualidade desses produtos? Como eles interferem na saúde pública? Qual é o nível de manipulação da mídia? Quais as opções de alimentar-se saudavelmente? Quais as contradições entre desejo e necessidade? Qual o papel da dinâmica sócio-espacial nesta problemática? Quais são as implicações das novas relações espaço-tempo nos hábitos de consumo de alimentos?

BARRIGAS CHEIAS: O CONTEXTO SOCIAL E DE SAÚDE PÚBLICA DA MÁ ALIMENTAÇÃO

A escolha da qualidade e da quantidade de nossa alimentação diária deve ser equilibrada e balanceada, este é um dos fatores fundamentais para uma boa saúde. Devemos sempre observar os alimentos nas refeições e, a harmonia entre eles. A falta de cuidado no em nossas refeições pode resultar, por exemplo, no aumento do peso corporal e deficiências de vitaminas e minerais. Entretanto, é importante observar que a alimentação não pode ser preconcebida de uma maneira universal para todas as pessoas e nem para todos os lugares do mundo. Pelo contrário, deve-se respeitar atributos coletivos e individuais, daí a dificuldade em sua prescrição de forma mais geral. Esta consideração não elimina alguns princípios básicos que devem comandar a relação entre as práticas alimentares e a promoção da saúde. Se conseguirmos ter uma alimentação mais saudável possível com certeza agimos para a prevenção de doencas.

É importante ressaltar que a formação dos hábitos alimentares ocorre já na primeira infância, e quando isso se concretiza de maneira incorreta, aumenta-se significativamente o risco de a criança se tornar obesa na adolescência e na vida adulta. Assim, podemos admitir que existem formas de se prevenir a obesidade desde o nascimento da criança, desde o aleitamento.

Obesidade é uma doença crônica caracterizada pelo excesso de gordura corporal, que causa prejuízos à saúde do indivíduo. A obesidade coincide com um aumento de peso, mas nem todo aumento de peso

está relacionado à obesidade, a exemplo de muitos atletas, que são "pesados" devido à massa muscular e não adiposa. (RECINE; RADAELLI, p. 3, s/d)

A obesidade contribui para o aparecimento de várias doenças, como hipertensão (aumento da pressão arterial), diabettes mellitus (excesso de açúcar no sangue) e dislipidemias (excesso de gordura no sangue). Essas doenças há alguns anos eram identificadas apenas nos indivíduos adultos ou idosos, mas nos anos mais recentes as crianças também têm sido vítimas dessas ocorrências que já atingem números alarmantes.

Essas tendências de obesidades tanto em adultos como em crianças demonstram que os hábitos alimentares mudam no tempo e no espaço. Pesquisas (PNSN,1989) revelam que no Brasil,por exemplo, ocorrem prevalências da obesidade nas regiões Sul e Sudeste.

O IBGE revelou importantes resultados por meio da Pesquisa de Orçamentos Familiares – POF, realizada em 2002 e 2003, em todo o país e grandes regiões, ao caracterizar as despesas mensais das famílias brasileiras e detalhes sobre os gastos com alimentação. De acordo com essa pesquisa, os gastos com alimentação ocupam o segundo lugar na participação da despesa total familiar, representando, na média nacional, 21% dos gastos com despesas de consumo e 17% dos gastos totais das famílias, sendo superados apenas pelas despesas com habitação, que somam 35%.

Estas mudanças começam a ocorrer a partir da década de 1970 quando a mulher passa a ter uma atividade extra-domiciliar e daí muitas mudanças ocorrem, tanto na relação dela com sua casa, com sua família, como com a sociedade. A mulher trabalhando fora de casa, ou melhor, entrando no processo de produção como agente ativo, passa a ter seu tempo gestionado por este mesmo processo. Para quem trabalha fora, a falta de tempo faz parte do cotidiano. Essas alterações nas relações espaço-tempo e, portanto, na vida cotidiana, operaram grandes transformações na vida privada. Pela comodidade e falta de tempo, tornam-se cada vez mais freqüentes as refeições fora do lar.

A entrada da mulher no mercado de trabalho deu plenas condições de crescimento, cada vez mais acentuado, do comércio de refeições prontas.

Dados do IBGE (2002, 2003) corroboram com nossas discussões e indicam mudanças no comportamento das famílias brasileiras em relação ao local de realização das principais refeições, ou seja, ocorre um aumento das refeições realizadas fora de casa. Detalhando o perfil das despesas com alimentação, quase um quarto (24%) da despesa média mensal familiar

com alimentação é destinado a refeições fora de casa. Este percentual é maior na área urbana (26%) do que na rural (13%). Cabe observar que o item de maior peso na alimentação fora do domicílio é o almoço e o jantar, responsável por 10% do total da despesa familiar com alimentação no Brasil, chegando a 37% entre as classes de rendimento mais alto.

Na próxima parte do artigo procuraremos desvendar a essência das formas comerciais de alimentação, e através do cotidiano urbano procurar entender o que leva as pessoas a "comerem fora de casa": Opção? Necessidade? Manipulação?

A tendência do brasileiro em fazer suas refeições fora de casa ficou comprovada por esta pesquisa do IBGE, o que nos faz antever a importância de campanhas públicas e privadas que visem à promoção da alimentação saudável. Isto porque os produtos oferecidos nos ramos de alimentação tanto podem compor refeições de qualidade, como contribuir para a troca de alimentos naturais, mais saudáveis, por alimentos mais ricos em açúcares e gorduras.

A mídia exerce um papel de destaque nos hábitos alimentares, com maior impacto na vida das crianças e adolescentes. A rapidez e a comodidade no ato de comer são valorizados e isso aumenta significativamente o consumo de sanduíches, chocolates e refrigerantes.

Precisamos de um profundo trabalho de observação para percebermos e avaliarmos o grau da manipulação do indivíduo via consumo, pois a publicidade faz tudo parecer normal, livre. Suas mensagens são muito bem elaboradas e através delas vão se introduzindo, sistematicamente, novos objetos e novas formas de consumo. Novamente torna-se muito difícil o reconhecimento do que é necessidade real ou criada pela mídia, pois ela invade nossas vidas passando-nos a impressão de que se preocupa com nosso bem estar, nosso modo de vida, mas o objetivo real, muitas vezes mascarado, é convencer o público a consumir, sempre mais e mais. (ORTIGOZA, p. 61, 2001)

No cardápio dos mais jovens é desenvolvida uma "monotonia alimentar" que vai praticamente na contra-mão do que se deve escolher diariamente para uma dieta saudável. O que se recomenda é que procuremos nos esforçar para ter em nossas refeições os princípios de variedade, moderação e equilíbrio.

Há alguns anos era observável que quanto maior a renda, maior a prevalência de obesidade, entretanto esta relação está se modificando. Atualmente o excesso de peso é um problema que está crescendo entre a população menos favorecida. Esta consideração nos leva a pensar que o que pode estar ocorrendo é a falta de orientação alimentar adequada e atividade física reduzida. O consumo de alimentação inadequado nessas classes sociais, muitas vezes ocorre pelo custo da comida, ou seja, por falta de condições financeiras acabam incorporando o uso diário de alimentos mais baratos e ao mesmo tempo mais calóricos, como cereais, óleo e açúcar.

O hambúrguer é um outro produto muito consumido (por todas as classes sociais) cuja freqüência na dieta das pessoas causa problemas de excesso de gorduras e calorias.

É preciso dar um destaque especial ao produto hambúrguer, pois ele foi capaz de gerar uma revolução nos hábitos de consumo e gosto alimentar, derrubando fronteiras culturais e se instalando em todos os países. Inseriu um manejar também diferente, isto é, o comer com as mãos, dispensando-se os talheres. A própria postura diante do alimento se diferenciou e criaram-se novas normas. Seu sabor? É mundial, e ao mesmo tempo, sem muito reconhecimento. Sua matéria prima básica? Muitos desconhecem; pode ser frango, carne bovina, suína, caprina, etc. A industrialização é a sua grande base, e com uma enorme e sistemática produção em nível mundial acabou propiciando um avanço de sua inserção nos lugares. O hambúrguer foi um elemento gastronômico capaz de abrir caminho para que houvesse também uma revolução nos serviços, pois no corre-corre diário nas grandes cidades ele aparece como possibilidade de poupar o tempo de preparo e mesmo de consumo. O seu tempo de preparo foi sendo diminuído, pois os procedimentos de sua preparação foram se especializando, quando as grandes redes de fast-food tomaram-no como seu produto básico ele ganhou ainda mais eficiência. Ele é produzido em série e é um produto de consumo de massa. Com relação ao tempo de consumo ele também diminuiu, pois você pode adquiri-lo e seguir em frente com suas tarefas. Afinal, ele pode ser consumido em qualquer lugar, na casa, no trabalho, na rua, etc. (ORTIGOZA, p. 114-115, 2001)

O livro organizado por Grefe et al. (1985) faz a crítica sobre a revolução provocada pela introdução do hambúrguer na vida das pessoas, analisando desde o seu conteúdo, sua história e sua forma massificante de abolição das culturas.

A população mais privilegiada financeiramente tem uma pressão maior do "culto ao corpo" e também mais acesso a informações sobre os prejuízos que a obesidade acarreta e ainda tem plenas condições de, quando necessário, melhorar os hábitos alimentares e incluir em sua vida a prática de atividade física regular. Contudo, nem sempre observamos o cuidado com a saúde e com a obesidade nas classes sociais de for-

ma generalizada. Exemplo disso é que nos EUA, um dos países mais desenvolvidos do mundo, e, portanto, com grande concentração de renda, ainda persistem a concentração de índices alarmantes de obesidade em sua população, inclusive a infantil.

Um outro conteúdo importante no aumento da obesidade no mundo é a influência da genética. Essa influência da genética na obesidade já era reconhecida desde os anos de 1970, mas foi nos anos de 1990 que se identificou o debate entre os estudiosos no assunto.

A revista *Veja* (2007) divulgou o resultado de uma pesquisa realizada pelo bioquímico José Ordovas, autor do trabalho e diretor do laboratório de nutrição e genômica da Universidade Tufts, nos Estados Unidos e que revela:

Até bem pouquíssimo tempo atrás, acreditava-se que o paladar era definido essencialmente por fatores ambientais. A cultura, a religião e a geografia, entre outros, teriam papel preponderante nos gostos alimentares de uma pessoa. Nos últimos cinco anos, porém, um novo conjunto de pesquisas sobre nutrição – a nutrigenética - começou a mostrar que os nossos genes têm também forte influência sobre nossas preferências à mesa. O trabalho mais recente sobre o assunto foi publicado na revista Clinical Chemistry, da Associação Americana de Química Clínica. Conduzido por pesquisadores de cinco universidades americanas e uma espanhola, o estudo mostrou que os portadores de uma variante do gene APOA2, com os alelos CC, costumam ter um gosto mais acentuado para as comidas gordurosas. (VEJA ON LINE, 2007)

Nesta pesquisa foram analisadas a carga genética e os costumes alimentares de 1 078 pessoas. Os portadores dos alelos CC representavam 15% do total de participantes. Os pesquisadores constataram que, além da preferência deles por batatas fritas e afins, eles consumiam mais calorias diárias do que os outros participantes. Com esse perfil genético, o risco de obesidade é 70% maior. Segundo a revista *Veja*:

descobertas como essa abrem caminho para o desenvolvimento de tratamentos capazes de bloquear a ação de genes desfavoráveis ao cardápio saudável e também para que se consiga chegar ao que os especialistas chamam de dieta individualizada.

Outro ponto estratégico para avaliar as causas e resultados da obesidade é reafirmar que comer bem não significa comer bastante. Nesse sentido, é preciso ampliar conceitos, mudar hábitos de consumo em prol de um novo estilo de vida. É assim que a educação alimentar passa a ser tão importante. E também é com

esses objetivos que a Organização Mundial da Saúde – OMS está envolvida no esforço mundial de priorizar a vigilância das doenças e agravos não-transmissíveis (DANT), e entre seus focos principais está a alimentação inadequada, a obesidade, o sedentarismo. Isto porque estes agravos passaram a despontar nas estatísticas de saúde, influenciando assim nos gastos em tratamento ambulatoriais e hospitalares.

A alimentação pouco saudável e a falta de atividade física são, pois, as principais causas das doenças não-transmissíveis mais importantes, como as cardiovasculares, a diabetes tipo 2 e determinados tipos de câncer, e contribuem substancialmente para a carga mundial de morbidade, mortalidade e incapacidade. Outras doenças relacionadas com a má alimentação e a falta de atividade física, como a cárie dental e a osteoporose, são causas muito maiores de morbidade. (INFORME, 2002)

A estratégia mundial sobre alimentação saudável, atividade física e saúde tem quatro objetivos principais, (INFORME, 2002) a saber:

- reduzir os fatores de risco de doenças não transmissíveis associadas a uma alimentação pouco saudável e a falta de atividade física mediante uma ação de saúde pública essencial e medidas de promoção da saúde e prevenção da morbidade.
- promover a consciência e o conhecimento geral acerca da influência da alimentação saudável e da atividade física em saúde, assim como do potencial positivo das intervenções de prevenção;
- 3) fomentar o estabelecimento, o fortalecimento e a aplicação de políticas e planos de ação mundial, regionais, nacionais e comunitários direcionados a melhorar a alimentação e aumentar a atividade física; respaldar as investigações sobre uma ampla variedade de esferas pertinentes, incluída a evolução das intervenções; e fortalecer os recursos humanos que necessitam nesta área para melhorar a saúde.

Muitos pesquisadores têm se preocupado com o estudo do que seria uma alimentação saudável, e como síntese podemos entender que devem ser respeitadas as significações culturais, comportamentais e afetivas singulares dos alimentos. As práticas alimentares estão vinculadas aos modos de vida que jamais podem ser desprezados. O alimento deve ser entendido como fonte de prazer para que de fato ocorra a promoção da saúde. Entretanto, para

uma alimentação saudável torna-se necessário resgatar e estimular as práticas e valores alimentares culturalmente referenciados inserindo, sempre que possível, nestas preferências o consumo de legumes, verduras e frutas.

O setor público precisa assumir a responsabilidade de fomentar mudanças sócio-ambientais, em nível coletivo, para favorecer as escolhas saudáveis no nível individual. A responsabilidade compartilhada entre sociedade, setor produtivo e setor público é o caminho para a construção de modos de vida que tenham como objetivo central a promoção da saúde e a prevenção das doenças. Assim, é pressuposto da promoção da alimentação saudável ampliar e fomentar a autonomia decisória por meio do acesso a informação para a escolha e adoção de práticas (de vida) alimentares saudáveis. (PINHEIRO, RECINE, CARVALHO, 2005, p. 2)

Segundo esses mesmos autores, as principais características de uma alimentação saudável devem ser:

- Respeito e valorização as práticas alimentares culturalmente identificadas: o alimento tem significações culturais diversas que precisam ser estimuladas. A soberania alimentar deve ser fortalecida por meio deste resgate.
- 2. A garantia de acesso, sabor e custo acessível: Ao contrário do que tem sido construído socialmente (principalmente pela mídia) uma alimentação saudável não é cara, pois se baseia em alimentos *in natura* e produzidos regionalmente. O apoio e o fomento a agricultores familiares e cooperativas para a produção e a comercialização de produtos saudáveis como legumes, verduras e frutas é uma importante alternativa para que além da melhoria da qualidade da alimentação, estimule geração de renda para comunidades. [...]
- 3. Variada: fomentar o consumo de vários tipos de alimentos que forneçam os diferentes nutrientes necessários para o organismo, evitando a monotonia alimentar que limita o acesso de todos os nutrientes necessários a uma alimentação adequada.
- **4. Colorida:** como forma de garantir a variedade principalmente em termos de vitaminas e minerais, e também a apresentação atrativa das refeições, destacando o fomento ao aumento do consumo de alimentos saudáveis como legumes, verduras, frutas e tubérculos em geral.
- **5. Harmoniosa:** em termos de quantidade e qualidade dos alimentos consumidos para o alcance de uma nutrição adequada considerando os aspectos culturais,

afetivos e comportamentais.

6. Segura: do ponto de vista de contaminação físicoquímica e biológica e dos possíveis riscos à saúde, destacada a necessidade de garantia do alimento seguro para consumo populacional. (PINHEIRO, RECINE, CARVALHO, 2005, p. 2)

Como vimos, a obesidade pode estar relacionada com genética, metabolismo, meio ambiente e estilo de vida e é este último aspecto, que destacaremos no próximo tópico deste artigo.

CONSUMO E ALIMENTAÇÃO: AS RELAÇÕES ESPAÇO-TEMPO INTERFERINDO NAS ESCOLHAS

Para refletirmos sobre os conteúdos do tempo e do espaço e as interferências nos hábitos de consumo de alimentação, daremos ênfase ao tempo quantitativo, o qual prevalece mais intensamente nos dias de hoje. Contudo é preciso ressaltar logo de início que na sociedade atual não existe uma temporalidade única, pois tanto o tempo rápido como o tempo lento se fazem presentes no cotidiano urbano. O conteúdo do tempo rápido está ligado principalmente às relações sociais de produção. As relações sociais de produção, ao determinarem esse tempo, acabam produzindo espaços que nos mostram o sentido da reprodução. Podemos então dizer que esse tempo quantitativo é o tempo das trocas, da metrópole, da técnica, do estado moderno e das empresas transnacionais. Este tempo impõe um ritmo cada vez maior e mais distante do ritmo da vida, mas que se torna, através do cotidiano, o ritmo da sociedade urbana. Esta sociedade urbana é então, no decorrer da história, transformada em uma sociedade produtivista que se desenvolve no mesmo ritmo da produção.

A concretização dessa sociedade aqui dita produtivista passa a produzir um espaço que condiz com suas novas necessidades. Os espaços passam a ser cada vez mais normatizados e globalizados e, por sua vez, aceleram ainda mais o processo de fluidez permitindo um tempo ligado ao ritmo: e esse ritmo é veloz. A compreensão da sociedade produtivista passa pela acumulação da técnica no processo de produção do espaço, gerando espaços normatizados.

O tempo escasso e rápido, ao penetrar no cotidiano das pessoas, dinamiza a construção de formas urbanas ainda mais elaboradas: o espaço é produto dessas relações. Em contrapartida o espaço, ao se reproduzir, ora permite e ora impede a introdução sistemática das técnicas modernas e dos padrões globais de produção:

o espaço é também condição. Com toda essa dinâmica há uma expansão contínua do tempo e do espaço através de normas globais. (ORTIGOZA, 2001,p. 157)

Outra autora que contribui nesta reflexão sobre o conteúdo do tempo é Carlos (1996)

Vivemos, hoje, sob a égide de um novo tempo, marcado pelo tempo abstrato imposto pela sociedade produtivista que determina a vida de relações e as possibilidades dos encontros. Espaço e tempo são cada vez mais, no contexto das transformações do processo produtivo, dominados pela troca. O desenvolvimento do capitalismo, no estágio atual, tende a reduzir as diferenças e homogeneizar a sociedade, reduzindo-a a um mesmo modelo. Aqui espaço e tempo entram numa ordem: o tempo associado ao ritmo do processo de trabalho, preso a um calendário rígido e o espaço dominado por fluxos de mercadorias, capitais, informações. Ao se reproduzirem destroem as referências urbanas e, como conseqüência, a memória social. (CARLOS, p. 65, 1996)

Zaki Laïdi (1997) argumenta que o fim da Guerra Fria foi o grande marco do advento deste novo tempo que produz uma articulação mundial sem fronteira e sem ponto de referência. Este tempo se define pela aceleração do processo de mundialização econômica, social e cultural e traz, portanto, conteúdos a que a sociedade tem de se adaptar. O tempo mundial age no imaginário, como uma representação, um sistema de signos com multiplicidades de fluxos. A técnica possibilita um elemento novo e fundamental: a simultaneidade. Entretanto ele permite a convivência de diferentes temporalidades, contidas na relação local-global, em que o global avança e o local resiste.

Para aprofundar o debate em torno do conteúdo do tempo, é preciso reconhecer a pressão do tempo e do cotidiano mas não por meio de um modelo universal. Essa pressão conjunta depende do lugar e de suas especificidades. O tempo dedicado às refeições e a forma como elas se realizam diariamente fazem parte dessa rotina. E para favorecer o nosso aprofundamento na análise, as formas de comer rapidamente (fast-food, self-service, etc.) serão objetos importantes pois permitem uma leitura da vida cotidiana, já que estabelecem uma norma para empregar o tempo, e impõe um uso específico do espaço.

Dito de outro modo, o *fast-food* aparece como um elemento capaz de introduzir no cotidiano, principalmente das grandes cidades, novas formas de consumo. Ele vai ao encontro das necessidades dessa sociedade altamente padronizada e normatizada. O *fast-food* ao determinar comportamentos e atitudes no cotidiano,

estabelece também práticas sociais que produzem espaco.

Nessas formas de comércio de alimentação existe um componente essencial, o "fast" (ou o "rápido") nos serviços, o qual surge como o elemento que faz a diferença, pois atende às necessidades do tempo rápido. Com esses conteúdos (agilidade, rapidez) diversas formas de comércio se desenvolvem (fast-food, lanchonetes, self-service etc.) no espaço urbano e se generalizam pelo mundo. Indiscutivelmente os EUA foram responsáveis pela criação de inúmeros métodos que visavam expandir o consumo de alimentos no mundo, não se preocupando somente com os produtos a serem consumidos, mas com o modo de como consumi-los.

A espetacularização do mundo da mercadoria ocorre de forma nítida no comércio de alimentos, pois embora muitas empresas comerciais não delimitem rigorosamente seu público-alvo, os consumidores se dividem em grupos que têm preferências comuns. Isto ocorre porque a imagem e o signo mediatizam as relações de consumo criando um elo de ligação forte, uma espécie de identidade entre os indivíduos, direcionando, muitas vezes, as preferências. Isto acaba criando, nos lugares, ambientes diferenciados e identificados por grupos, seja pela idade, sexo, classe social ou preferências materiais, morais e sociais. Essas relações são extremamente contraditórias, pois estão em jogo o uso, a necessidade e o desejo, o que dá complexidade a essas práticas espaciais. (ORTIGOZA, 2001, p.22)

O lugar da refeição é transformado pela publicidade em signo, capaz de estimular o consumo. Para tanto ela faz uso de imagens com novos significados que induzem o consumo.

A obra de Flandrin e Montanari (1998) propicia um entendimento da dinâmica das transformações na história da alimentação:

Em 1937 Dick e Mac McDonald abrem seu primeiro drive-in restaurant perto de Pasadena, tirando partido assim da crescente dependência dos californianos em relação ao carro. Começam por vender hot-dogs e não hambúrgueres. Tendo feito fortuna nos anos 40 com um novo restaurante, muito maior, instalado em San Bernardino, vêem a rentabilidade de seu estabelecimento afetada pela presença de jovens – os teenagers – que afugentam uma clientela mais familiar. Em 1948 os dois irmãos renovam totalmente a empresa, centralizando-a no hambúrguer, no preco mais baixo possível, na máxima rapidez e no self-service. Eliminam os talheres e os pratos, substituindo-os por embalagens de papelão e sacos de papel. O preço do hambúrguer é, então fixado na irrisória soma de 15 cents. (FLANDRIN; MONTANARI, 1998, p. 853)

Com a demanda crescente da necessidade de se comer fora de casa, várias novas formas comerciais foram sendo criadas e outras aperfeiçoadas. Uma das formas de comércio de alimentos que está bastante difundida é o **self-service** ou restaurantes por quilo:

[...] onde o cliente serve-se imediatamente conforme sua preferência. Esse tipo de serviço aboliu o tempo de espera no restaurante, eliminou a figura do garçom e com isso o *couvert* e gorjetas. Na cozinha do restaurante o desperdício (sobras) diminuiu bastante e simplificou-se o serviço, pois prepara-se sempre o mesmo número de pratos. O serviço *self-service* (assim como o *fast-food*) está elaborando todo um ritual altamente padronizante, poupador de tempo, e por isso atende às atuais necessidades produtivistas da metrópole e dos lucros da empresa, que acaba economizando, através da racionalização e simplificação dos produtos e serviços. (ORTIGOZA, 2001, p.33)

O PF (prato feito) é uma estratégia bastante rápida e que limita ainda mais a liberdade de escolha, pois as combinações dos pratos já são estipuladas de antemão.

O delivery é mais uma estratégia comercial que faz uso de um serviço extra que está presente em diversos tipos de comércio. Percebe-se sempre um movimento incessante de jovens entregadores de pizzas, comidas chinesas, japonesas, hambúrgueres, etc., já que muitas pessoas, para pouparem ainda mais o tempo, simplesmente não saem de seus escritórios e casas para se alimentarem.

O uso maciço do automóvel é um fato também importante a ser observado no processo qualitativo de consumo, pois permitiu ampliar o raio de locomoção dentro do espaço urbano. As comidas também são consumidas dentro dos carros. O *Drive Thru* passou a ser uma opção, cada vez mais freqüente, pois o transporte individual é amplamente difundido acelerando assim o consumo de alimentação em outra modalidade.

Os restaurantes a la carte crescem também exponencialmente, mas para atender um outro tipo de público consumidor. Sua evolução é muito importante, pois embora não atenta muito ao ritmo da metrópole, atende a outros anseios de parte da população. Nestes tipos de restaurantes, o preço também ajuda a selecionar seu público consumidor. Existem maiores opções de escolha no menu e assim se o serviço é mais lento, o atendimento é personalizado.

Em pesquisa realizada em 2001, na metrópole de São Paulo, observamos que:

Entretanto durante o dia nos restaurantes a la carte localizados no centro, percebemos durante nossas observações que o momento da refeição é, muitas vezes, transformado numa reunião de negócios, já que as pessoas, embora longe do ambiente de trabalho, estão sistematicamente ligadas a ele: é a sociedade produtivista. A calma e a tranqüilidade, que normalmente são valorizadas no marketing desse tipo de comércio de alimentos, torna-se, desse modo, bastante relativa. (ORTIGOZA, 2001 p.39.)

Existem ainda outros tipos de comércio de alimentação que surge para atender aquelas pessoas que não têm renda suficientes para consumir nas outras modalidades de comércio por causa do preço. Nestes tipos de comércio mais populares destacam-se os famosos "churrascos gregos", os *hot dogs* ou hambúrgueres, os conhecidos "mata fome", que geralmente são vendidos, em lanchonetes, em comércios conjugados com outros comércios ou pelos vendedores ambulantes. Existem em todo o país muitas pessoas vendendo lanches, salgados e outras iguarias, a preço baixo nos chamados comércio na rua.

O comércio de rua cria uma necessidade de fiscalização freqüente dos Vigilantes Sanitários, para que se evitem problemas de saúde nos consumidores, por causa da manipulação, às externalidades dadas pela localização muitas vezes indevidas, às práticas inadequadas de armazenamento de alimentos, mão-de-obra despreparada, entre outros problemas. Os problemas acumulados por esse comércio de alimentação nos levam a considerar o fator higiene que, em muitos estabelecimentos, está muito abaixo dos níveis aceitáveis.

Ao discutir o crescimento do consumo de refeições, não podemos deixar de considerar o mercado de refeições prontas (que podem ser levadas para serem consumidas em casa), pois ele se amplia consideravelmente no Brasil. Esta é, portanto, uma tendência que desponta como grande oportunidade para a indústria alimentícia, para supermercados, lojas de conveniência e mesmo restaurantes. O mercado de refeições prontas, *meal solution* ou *food service* tem se expandido de forma rápida e ascendente.

Com objetivo central de ampliar os lucros, os comerciantes estão sempre aperfeiçoando seus produtos e serviços, buscando novas estratégias e criando maneiras de poupar o tempo gasto com as refeições.

A cristalização das novas estratégias comerciais no espaço urbano cria novos processos sociais e esses, por sua vez, passam a requerer a multiplicação de formas cada vez mais modernas. O comércio de alimentos, por exemplo, com suas formas mundializadas e com a técnica sistematicamente presente, acaba reproduzindo sempre o mesmo padrão, colaborando para produzir uma paisagem global onde ele se instala e se concentra (ORTIGOZA, 2001, p.47).

No início deste artigo já havíamos advertido sobre os diferentes níveis de complexidades que estão envolvidas no comportamento dos consumidores, no caso do consumo de alimentação percebemos que as necessidades são bastante variadas, existindo diferentes motivações capazes de guiar o consumo.

Marx já nos advertia:

A fome é fome, mas a fome que se satisfaz com carne cozida, que se come com faca ou garfo, é uma fome muito distinta da que devora carne crua, com unhas e dentes. A produção não produz, pois unicamente o objeto do consumo, mas também o modo de consumo, ou seja, não só objetiva, como subjetivamente. Logo, a produção cria o consumidor. (MARX, 1974, p. 116)

É preciso considerar, então, que a produção de algumas formas de comércio acaba também criando novos hábitos de consumo, novos comportamentos e por isso novos consumidores. A fome como necessidade biológica fica mascarada em determinados tipos de comércios e ocorrem exageros manipulados e mesmo que haja liberdade de escolha, o consumo da alimentação perde sua coerência.

Ainda sobre as motivações do consumo podemos complementar que existe: a do desejo instintivo (é básica, dada pela necessidade biológica); a força da marca (guiada pelo desejo criado pelos produtores, que se utilizam da força da publicidade); a força da moda (desejo regido passivamente, a partir da imitação do outro); a força da exclusão (que provoca a fome e afeta milhões de brasileiros).

Em pesquisa direta por meio de entrevistas (não-dirigidas) com consumidores dos comércios de alimentação, no centro da metrópole de São Paulo conseguimos perceber (ORTIGOZA, 2001) alguns conteúdos importantes a respeito do motivo da escolha entre os diferentes tipos de comércio. Alguns resultados foram os seguintes:

tempo de deslocamento – o consumidor procura lugares que não demandem muito tempo de deslocamento para serem acessados, pois, via de regra, necessita ir e voltar em pouco tempo;

tempo de realização da alimentação – fundamentalmente precisa ser uma refeição que também não demande muito tempo em seu preparo, em virtude do pouco tempo disponível:

distância do local de trabalho – como na maior parte das vezes trata-se de uma alimentação feita no intervalo da jornada de trabalho, o consumidor não dispõe de tempo para ir muito longe para se alimentar;

meio de deslocamento – em função do tempo disponível para a realização da refeição, e as possibilidades de deslocamento no centro, o meio mais acessível é a locomoção a pé, privilegiando os deslocamentos mais curtos;

preço da refeição – como as condições econômicas da maior parte da sociedade brasileira são limitadas, as refeições de menor preço são as mais procuradas;

higiene e qualidade – as pessoas exigem o mínimo de higiene e limpeza nos estabelecimentos comerciais ligados à alimentação, e utilizam isso como um padrão de qualidade até para as condições do prédio (deteriorado, sujo), dos produtos (como são manuseados) e do modo como são servidos (higiene na mãode-obra utilizada).

Todas essas motivações apontadas pelos consumidores refletem diretrizes para avaliarmos as escolhas de: onde? como? o quê? demonstrando as preferências.

Tanto os ritmos como as opções envolvidas no processo de consumo são dadas pelo modo como o cotidiano foi organizado. Ele foi invadido por signos, ordens, valores, idéias que tiveram como resultado a transformação da própria vida. O que significa, portanto, que muitas das respostas às nossas perguntas estão no modo como se dá o processo de reprodução das relações de produção, que ao reproduzir o mercado, o gosto e as formas de produzir os bens, reproduz a própria vida em sociedade.

Existem algumas práticas de consumo de alimentação que são regionais, locais e grupais. Temos, por exemplo, no Brasil as feijoadas às quartas-feiras, o arroz com feijão que nunca é abandonado, a caipirinha como aperitivo, e muitos outros hábitos que se mantêm e são identificados mundialmente por grupos.

O tema discutido neste artigo é complexo e, portanto, requer uma variedade imensa de elementos a serem avaliados, nosso recorte crítico neste artigo estabeleceu uma análise que procurou demonstrar que as relações de consumo de alimentação têm fortes apelos midiáticos, e exigências temporais e espaciais. Nesse sentido, o tema continua aberto para outros diferentes enfoques que poderão enriquecer o quadro teórico aprofundando assim o conhecimento das relações entre alimentação e saúde.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O problema da alimentação e saúde impõe grandes obstáculos ao planejamento de soluções adequadas devido ao pouco conhecimento que se tem do problema e de sua abrangência. Ou seja, falta o conhecimento de todas as manifestações biológicas, econômicas, sociais e espaciais da questão.

Estudos desenvolvidos por geógrafos na área do comércio e consumo tornam-se fundamentais para enriquecer as discussões que esses temas acarretam, tanto do ponto de vista produtivo como espacial. Nossa contribuição neste estudo foi, portanto, avaliar as tendências, mudanças e desafios que se verificam no comércio e no consumo, com ênfase nas mudanças dos hábitos de compras, e a criação de novas necessidades. Destacamos ainda a competição entre diferentes formas de comércio de alimentação despertando novos desejos. As contradições sociais são históricas e por isso não se reduzem ao visível, ao imediato e as justificativas do crescimento do consumo de refeições fora de casa podem estar também no plano subjetivo, dificultando ainda mais as pesquisas, pois provavelmente exigem novas metodologias de investigação.

Destacamos neste artigo as formas do comércio de alimentação que são reproduzidas de forma articulada ao tempo quantitativo, e que acabam criando espaços normatizados, como os do fast-food, self-service, PF, delivery, entre outros. O que acontece, muitas vezes, é que esses espaços normatizados acabam se reproduzindo em lugares onde o tempo é outro. O que muda profundamente nos lugares, de tempo lento, é que essas formas comerciais modernas acabam se transformando em símbolos do moderno, do mundial, porque a sociedade urbana-produtivista se constitui produzindo um cotidiano altamente normatizado pelo emprego do tempo e uso do espaço. Portanto, nos lugares onde o tempo é lento essas formas de comércio e consumo não são necessidade (embora em determinados momentos possa transparecer isso), mas lazer, festa. Muitas destas observações aqui demonstradas fizeram parte de nossa tese de doutorado (ORTIGOZA, 2001) e que por meio de uma releitura foi possível incluir o problema da saúde pública na abordagem do consumo de alimentação.

Procurando responder às questões postas no início deste artigo observamos que a cultura, a religião, a geografia, o conteúdo do tempo e do ritmo da vida, a renda, a genética, a mídia entre outros têm papéis preponderantes nos gostos alimentares, e, portanto interferem diretamente no consumo. E como resultado de todas essas pressões temos também uma interferência muito grande e de forma direta na saúde pública.

As doenças relacionadas à alimentação e nutrição podem ser resultantes tanto da carência de nutrientes e desnutrição, quanto das doenças provocadas por desequilíbrio energético, como as crônicas não transmissíveis que entre elas destacamos a obesidade. Por outro lado, diversos estudos nos mostram que existem possibilidades de alimentar-se saudavelmente, basta incentivar a conjugação de formas modernas de consumo com produtos mais saudáveis, ou que tenham o menor impacto negativo para a saúde. Com uma maior oferta de produtos saudáveis, pela mídia do setor de alimentação, diminuiríamos o nível de contradições entre desejo e necessidade.

É imprescindível que, levando em conta os malefícios provocados pela alimentação incorreta, a mídia passe a ser cobrada de sua responsabilidade social e, assim, o incentivo via mídia passe a ter como maior preocupação uma maior oferta de alimentação saudável. Estas medidas em outros tempos foram requeridas nas empresas de cigarros e bebidas alcoólicas. Por que não utilizar os mesmos procedimentos nas empresas de alimentação inseguras? Para tanto, faz-se necessário políticas públicas mais abrangentes para este setor do comércio e que tenham também como foco a urgência de medidas educativas em prol de hábitos de consumo de alimentação mais saudáveis.

Um dos principais caminhos para estimular a autonomia das pessoas frente às escolhas alimentares mais saudáveis é a educação em saúde e a disponibilização de informação. Assim sendo, seriam incorporadas a toda dinâmica sócio-espacial e as novas relações espaçotempo (amplamente discutidas nesse artigo) produtos e serviços que atendessem a necessidade de se cumprir os princípios básicos da "boa alimentação", ou seja, o da variedade, da moderação e do equilíbrio.

REFERÊNCIAS

1995.

BAUDRILLARD, J. América. Rio de Janeiro: Rocco, 1986.
A sociedade de consumo. Lisboa: Edições 70, 1991.
BRAUDEL, F. <i>As estruturas do cotidiano:</i> o possível e o impossível, Civilização Material, Economia e Capitalismo - Séculos XV - XVIII. Lisboa: Teorema, 1979.
CANCLINI, N. G. Consumidores e cidadãos: conflitos

CARLOS, A. F. A, O lugar no/do mundo. São Paulo: Hucitec, 1996.

multiculturais da globalização. Rio de Janeiro: Editora UFRJ,

_____. Espaço-tempo da vida cotidiana na metrópole. Tese

(Livre Docência) - Faculdade de Filosofia Letras e Ciências Humanas, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2000.

CASCUDO, L. C. *História da alimentação no Brasil*. São Paulo: Brasiliana, 1968. v. 2.

CERTEAU, M.; GIARD, L.; MAYOL, P. A invenção do cotidiano: morar, cozinhar. Petrópolis: Vozes, 1996.

CLARK, N. *Guia de nutrição desportiva*: alimentação para uma vida ativa. 2. ed. Porto Alegre: Artmed, 1998.

DEBORD, G. La société du spectacle. Paris: Gallimard, 1971.

FERREIRA, M. C. *Alimentação no Brasil*. São Paulo: Edicon, 1992.

FISBERG, M. Obesidade na infância e na adolescência. São Paulo: BYK, 1995.

FLANDRIN, J-L.; MONTANARI, M. (Org.) História da alimentação. São Paulo: Estação Liberdade, 1998.

FÓRUM BRASILEIRO DE SEGURANÇA ALIMENTAR E NUTRICIONAL. Carta de São Paulo, 2003.

FRANCISCHI, R.P.P et al. Obesidade: atualiazação sobre sua etiologia, morbidade e tratamento. *Revista de Nutrição*. Campinas, v. 13 n.1 p. 17-28, jan/abr.,2000.

GALEAZZI, M.A. M.(org.). Segurança Alimentar e Cidadania: as contribuições das universidades paulistas. Campinas: Mercado das Letras. 1996

GRANOU, A. *Capitalismo e modo de vida*. Porto: Afrontamento,1975.

GREFE, C. et al. *El imperio de la hamburguesa*: la cultura del comer con los manos. Barcelona: GEDISA, 1988.

HELLER, A. *Teoría de las necesidades en Marx*. Barcelona: Ediciones Península, 1986.

INFORME sobre a saúde no mundo 2002: reduzir os riscos e promover uma vida saudável. Genebra, Organização Mundial de Saúde, 2002.

LAÏDI, Z. (Dir.). Le temps mondial. Bruxelas: Éditions Complexe, 1997.

LEFÈBVRE, H. A vida cotidiana no mundo moderno. São Paulo: Ática, 1991.

MARX, K. *Introdução à crítica da economia política*. São Paulo: Abril Cultural, 1974 p.109-133 .(Os pensadores, 35) ,.

MENDES, E.V. *Uma agenda para a saúde*. 2. ed. São Paulo: Hucitec, 1999

MINISTÉRIO DA SAÚDE. Política nacional de alimentação e nutrição. Brasília, 2000.

MONTEIRO, C. A.(org.) Velhos e novos males da saúde no Brasil: a evolução do país e de suas doenças. 2.ed. São Paulo:

Hucitec, Nupens/USP, 2000

ORTIGOZA, S. A. G. As franquias e as novas estratégias do comércio urbano no Brasil. Dissertação (Mestrado em Geografia) - Instituto de Geociências e Ciências Exatas, Universidade Estadual Paulista, Rio Claro, 1996.

_____, O tempo e o espaço da alimentação no centro da metrópole paulista. Tese (Doutorado em Geografia) - Instituto de Geociências e Ciências Exatas, Universidade Estadual Paulista, Rio Claro, 2001.

ORTIZ, R. *Mundialização e cultura*. São Paulo: Brasiliense, 1994.

PINHEIRO, A. R. O; FREITAS, S.F.T.; CORSO, A.C.T. Uma abordagem epidemiológica da obesidade. *Revista de Nutrição*, out-dez, 2004.

PINHEIRO, A. R. O.; RECINE, E.; CARVALHO, M. F. (coord) O que é uma alimentação saudável? Considerações sobre o conceito, princípios e características: uma abordagem ampliada. MINISTÉRIO DA SAÚDE/ SAS. Maio 2005

PROST, A.; VICENT, G.(Org.). *História da vida privada*: da 1ª. Guerra a nossos dias. São Paulo: Companhia das Letras, 1992.

RECINE, E. (coord) *Manual para escolas*. A escola promovendo hábitos alimentares saudáveis. Peso Saudável.Brasília: Universidade de Brasília, 2001.

RECINE, E., RADAELLI, P. Obesidade e desnutrição. NUT/FS/UnB – ATAN/DAB/SPS, S/d.

RYBCZYNSK, W. Casa, pequena história de uma idéia. Rio de Janeiro: Record, 1996.

SAFFIOTI, H. I. B. *A mulher na sociedade de classes*: mito e realidade. Petrópolis, RJ: Vozes, 1976.

SANTOS, M. O espaço do cidadão. São Paulo: Nobel, 1987.

VALENTE, F.L.S. *Direito humano à alimentação*: desafios e conquistas. São Paulo: Cortes, 2002

VEJA. ON LINE. www.veja.com.br. Data do acesso, 04/10/2007.