



**Universidade de Brasília**

Universidade de Brasília (UnB)

Faculdade UnB de Planaltina (FUP)

Programa de Pós-Graduação em Meio Ambiente e Desenvolvimento Rural

Olívio José da Silva Filho

**NEOLIBERALISMO ESTÁ NA MESA: comida, consumo e necessidades do  
capital**

Brasília- DF

2020

Olívio José da Silva Filho

**NEOLIBERALISMO ESTÁ NA MESA: comida, consumo e necessidades do  
capital**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Meio Ambiente e Desenvolvimento Rural, da Universidade de Brasília, como parte dos requisitos necessários para a obtenção do grau de Mestre em Meio Ambiente e Desenvolvimento Rural.

Orientador: Prof. Dr. Newton Narciso Gomes Júnior

Brasília- DF

2020

Ficha catalográfica elaborada automaticamente,  
com os dados fornecidos pelo(a) autor(a)

JOL49n José da Silva Filho, Olívio  
Neoliberalismo está na mesa: comida, consumo e  
necessidades do capital / Olívio José da Silva Filho;  
orientador Newton Narciso Gomes Júnior. -- Brasília, 2020.  
108 p.

Dissertação (Mestrado - Mestrado em Meio Ambiente e  
Desenvolvimento Rural) -- Universidade de Brasília, 2020.

1. comida. 2. sistemas alimentares. 3. necessidades do  
capital. 4. neoliberalismo. 5. consumo. I. Narciso Gomes  
Júnior, Newton, orient. II. Título.

## DEDICATÓRIA

*Dedico esta dissertação à minha mãe,  
Heloísa e ao meu pai, Olívio, amo vocês.  
Obrigado.*

## AGRADECIMENTOS

Esta dissertação é fruto de um caminho de escolhas e de aprendizagens, nas quais companheiros, amigos, professores e familiares tiveram um papel central, de diversas formas, para a sua realização. Nenhum trabalho é fruto de mentes brilhantes, é uma síntese de um processo. Por isso, gostaria de agradecer a um conjunto de pessoas, que contribuíram para que essa dissertação fosse concretizada, compartilhando saberes, dores, anseios e alegrias.

Gostaria de agradecer a minha família. A minha mãe e meu pai pela paciência, carinho e compreensão. Ao Pedro e Aline pelo acolhimento e a disposição de terem por mim. Ao Samuel, por atender meus pedidos de auxílio tecnológico.

Ao Newton, amigo e camarada que me incentivou nessa empreitada, me mostrando que a comida é uma coisa séria. Obrigado pelos ensinamentos e pela confiança.

Gostaria também de agradecer a banca examinadora desta pesquisa, a Janaína e ao Juscelino, pela generosidade, disponibilidade e contribuições.

Aos colegas e professores do PPG-MADER.

Aos amigos de Presidente Olegário, Wyller, Machado e Marcelo (*in memoriam*). Aos de Uberlândia, Mariana Bianchi, Elton, Davi, Ana Luísa, Júlia, Gabriel, Anderson e Ana Carolina. Aos amigos de Caldas Novas, em especial a Amanda e a Thaty. A trupe de moradores da Casa do Projeto Popular, Márcia e Diego. Aos amigos de Brasília, em especial a Sabrina e Felipe. A minha fiel escudeira e parceira para todas as horas, Patrícia.

Aos militantes do Levante Popular da Juventude e da Consulta Popular. Obrigado por estarem ao meu lado, sem vocês nada disso teria acontecido. Em especial, gostaria de agradecer a Kamilla, meu porto seguro. Ao Fábio, Katty, Tobias, Ágatha e aos demais militantes do Distrito Federal, por me fazerem sentir em casa.

## RESUMO

Propõe-se revelar as relações entre as necessidades do capital e o consumo alimentar no Brasil sob a égide do neoliberalismo. Trata-se de uma pesquisa interdisciplinar, na qual relaciona as categorias estruturais do capitalismo à forma histórica e conjuntural da realidade brasileira nos últimos anos. Para tanto, utilizou-se a articulação entre a pesquisa bibliográfica e dados secundários sobre a alimentação no Brasil. Foi observado que o sistema alimentar brasileiro tem se transformado nos últimos anos a partir da diminuição das particularidades locais dos sistemas culinários, da difusão de produtos e práticas globais de consumo e da convergência entre práticas socialmente referenciadas e a cultura do consumo. Como resultado, o capital se apropria da cultura material e do imaginário em torno da comida para dar sentido à cacofonia alimentar, uma situação de abundância e de crise. A comida que em sua aparência é apresentada a partir das necessidades humanas, biológicas ou culturais se transforma, no neoliberalismo, em uma mediação entre a produção e a realização do valor. No atual estágio do capitalismo as dimensões do valor de troca e do valor de uso têm sido utilizadas como eixos de acumulação, o que significa um processo de alienação do trabalho e do consumo. Diante disso, as necessidades cotidianas de se alimentar se tornaram um terreno fértil para as necessidades do capital, principalmente financeiro, ao longo de todo o sistema alimentar. A relação entre a alimentação e o capital, que sempre existiu, no neoliberalismo ganha uma nova configuração e um conjunto novo de mediações e sentidos dados pelo capital à comida.

**Palavras-chave:** Comida. Sistemas alimentares. Necessidades do capital. Neoliberalismo. Consumo.

## RESUMEN

Se propone dar a conocer las relaciones entre las necesidades del capital y el consumo alimentario de Brasil sobre la égida del neoliberalismo. Se trata de una investigación interdisciplinaria en diversos niveles de abstracción, la cual relaciona las categorías estructurantes del capitalismo y la forma histórica y coyuntural de la realidad brasilera en los últimos años. Para ello, se utilizó la articulación entre la investigación bibliográfica y de datos secundarios de la alimentación em Brasil. Fue observado que el sistema alimentario brasileño se ha transformado en los últimos años a partir de la disminución de las particularidades locales de los sistemas culinarios, de difusión de productos y prácticas globales de consumo y de convergencia entre prácticas socialmente referenciadas ahora incorporadas por la cultura del consumo. Como resultado el capital se apropria de la cultura material y del imaginario en torno a la comida para dar sentido a lá cacofonia alimentaria, de la situación de abundancia y de crisis. La comida que en su apariencia es presentada a partir de las necesidades humanas, biológicas o culturales transforma el neoliberalismo en una mediación entre la producción y la realización del valor. En el actual estado del capitalismo, todas las dimensiones del valor de cambio y del valor de uso han sido utilizadas como un eje de acumulación, lo que significa un proceso de alineación del trabajo y del consumo. Frente a esto, las necesidades cotidianas de alimentarse se convierte en un terreno fértil para las necesidades del capital, principalmente financiero, desde la apropiación de la tierra y de la naturaleza a disposición. La relación entre la alimentación y el capital, que siempre existió, en el neoliberalismo gana una nueva configuración y un conjunto nuevo de mediaciones y sentidos dados por el capital y la comida.

**Palabras claves:** Comida. Sistema alimentario. Necesidades del capital. Neoliberalismo. Consumo.

## ABSTRACT

It is proposed to reveal the relationships between the needs of capital and food consumption in Brazil under the aegis of neoliberalism. This is an interdisciplinary research, in which the structural categories of capitalism are related to the historical and conjunctural forms of the Brazilian reality in recent years. For this purpose, the articulation between bibliographic research and secondary data about food consumption in Brazil was used. It was observed that the Brazilian food system has transformed itself over the last years on the basis of the decrease in local particularities of cooking systems, the dissemination of products and global practices of consumption, and the convergence between socially referred practices and the consumption culture. As a result, capital appropriates the material culture and imagination around food so as to give meaning to nutritional cacophony, a situation of abundance and crisis. Food, which in its appearance is presented from human, biological or cultural needs, transforms itself, in neoliberalism, into a mediation between production and value realization. In the current stage of capitalism, the dimensions of exchange value and use value have been used as axes of accumulation, which means a process of alienation of labor and consumption. In view of the above, the daily needs of nourishing yourself have become a fertile ground for the needs of capital, mainly financial capital, across all food system. The relationship between food consumption and capital, which has always existed, in neoliberalism gains a new configuration and a new set of mediations and senses given by capital to food.

**Keywords:** Food. Food systems. Needs of capital. Neoliberalism. Consumption.



## SUMÁRIO

<b>INTRODUÇÃO</b> .....	<b>9</b>
<b>1 A COMIDA ETERNA</b> .....	<b>13</b>
<b>1.1 Dilemas do onívoro</b> .....	<b>15</b>
<b>1.2 As cozinhas</b> .....	<b>19</b>
<b>1.3 O cozinhar: trabalho e técnicas culinárias</b> .....	<b>21</b>
<b>1.4 Condicionamentos contextuais da comida</b> .....	<b>24</b>
<b>2 O CAPITALISMO E A COMIDA</b> .....	<b>27</b>
<b>2.1 Produção e consumo</b> .....	<b>27</b>
<b>2.2 Teoria do Valor</b> .....	<b>28</b>
2.2.1 TRABALHO.....	30
2.2.2 CAPITALISMO E MERCADO .....	32
2.2.3 FETICHISMO.....	33
<b>2.3 A comida como produto do capitalismo</b> .....	<b>37</b>
<b>2.4 Neoliberalismo e dependência: comida e o valor da força de trabalho</b> .....	<b>41</b>
<b>2.5 Apontamentos sobre as transformações dos hábitos alimentares no Brasil</b> .....	<b>52</b>
<b>3 A CULTURA E O CONSUMO: o valor de uso e a cacofonia alimentar</b> .....	<b>62</b>
<b>3.1 A cultura do consumo</b> .....	<b>63</b>
<b>3.2 Revisitando o fetiche</b> .....	<b>69</b>
<b>3.3 A captura da utilidade da mercadoria e a conformação de uma cacofonia alimentar</b> .....	<b>73</b>
3.3.1 GASTRONOMIZAÇÃO/ GOURMETIZAÇÃO .....	88
3.3.2 APROPRIAÇÃO DO ÂMBITO DOMÉSTICO/ ARTESANAL/ TRADICIONAL .....	89
3.3.3 NUTRICIONISMO.....	92
3.3.4 EFEITOS E CONTRADIÇÕES DA ABUNDÂNCIA/ CRISE ALIMENTAR .....	95
<b>CONCLUSÃO</b> .....	<b>99</b>
<b>REFERÊNCIAS</b> .....	<b>102</b>

## INTRODUÇÃO

A comida e o ato de comer fazem parte da relação entre o ser social e a natureza, entre o natural e o cultural (ROSSI, 2014; CONTRERAS, GRACIA, 2015), na qual somos confrontados cotidianamente. Conforme o desenvolvimento da sociedade, a comida vem se transformando junto ao ser social. Aquilo que é considerado comida para certa sociedade depende necessariamente das relações sociais mais amplas, que caracterizam suas múltiplas determinações (CONTRERAS, GRACIA, 2015), do modo de produção, das formas de consumo e do posicionamento dos sujeitos inseridos no grupo.

Com o desenvolvimento do capitalismo como o modo de produção dominante, as necessidades humanas são cada vez mais assimiladas através deste modo de produção (NETTO, BRAZ, 2006), o que significa dizer que desde as suas formas mais simples, como a forma mercadoria, às suas formas mais complexas de acumulação influem no sistema de provisão (FINE, 2002; FINE et al., 2002) daquilo que comemos.

O capitalismo como relação social que ganha corpo na materialidade, não se resume apenas ao modo de produção em si, mas como um conjunto de relações que opera em como as pessoas interpretam, avaliam e agem na sociedade em busca de atender suas necessidades, sendo determinantes as relações da economia, mas também na cultura, na política e no imaginário (LEE, 1993).

A comida, portanto, algo que parece como trivial e com as mais diversas determinações possíveis em cada realidade é palco de importantes disputas em todos os sentidos das quais ela pode ser dotada, e também, como um dos eixos para a acumulação capitalista.

As exigências da acumulação capitalista no período neoliberal refletem no modo em que as pessoas imaginam, desejam e atendem suas necessidades. Deste modo, quais são as consequências das novas relações entre a comida e o ser social? Quais são os efeitos deste processo no consumo da comida? Existe uma assimilação em torno das necessidades humanas e as necessidades do capital no que tange a comida? Como estas transformações têm sido materializadas na sociedade brasileira?

A dissertação tem como objetivo geral revelar as relações entre as necessidades do capital e o consumo alimentar no Brasil sob a égide do neoliberalismo. Os objetivos específicos são: inferir sobre a relação entre a comida, o capitalismo e o consumo; analisar o atual panorama de consumo alimentar da população brasileira; depreender sobre a relação

entre a atribuição de sentido às mercadorias pelo capital e seus efeitos no valor de uso da comida..

Ao pensarmos a Culinária Brasileira, pode-se estabelecer que, apesar da diversidade alimentar possibilitada pelas características territoriais, ambientais e culturais, as transformações no atual desenvolvimento do capitalismo no Brasil e no mundo têm influído na transformação de suas estruturas. Isso significa que é necessário compreender quais são as estruturas que tem transformado os sistemas culinários locais, e também, o sistema alimentar como um todo.

Portanto, pode-se afirmar que, cada vez mais a ideia do que se come depende do funcionamento dos sistemas alimentares (FINE, HEASMAN, WRIGHT, 2002), temática que ganhou força nos discursos públicos, midiáticos e acadêmicos. Nesse sentido, diversas abordagens têm sido utilizadas para compreender o que levamos à boca, desde os processos de produção, de processamento, de distribuição, do consumo e do descarte.

Como um fenômeno complexo e que envolve múltiplas determinações, a presente dissertação utilizou-se como instrumento de análise um conjunto de autores de diversos campos de conhecimento, possibilitando, ao mesmo tempo, não cair em discursos hegemônicos dos trabalhos relativos à alimentação, do economicismo, do pós-modernismo e do nutricionismo.

Para tanto, partiu-se das contribuições metodológicas da teoria social marxiana. Ele parte de um conjunto articulado de explicações metodológicas de um objeto, ou seja, a teoria social parte da “reprodução ideal do movimento real do objeto pelo sujeito que pesquisa” (NETTO, 2011, p. 21). Assim sendo, para a compreensão do objeto, é necessário entender o movimento real do mesmo, a partir da abstração, pela reprodução ideal do sujeito.

A reprodução ideal parte da aparência imediata do objeto, do empírico, porém, esta aparência, assim como revela, também oculta, ou seja, a aparência não esgota aquilo que é o fenômeno. O sujeito tem como objetivo extrair as categorias constitutivas do objeto, do movimento do objeto, para reproduzir idealmente este movimento, para alcançar sua essência, sua estrutura íntima e dinâmica.

Pelo exercício da abstração, é possível superar a imediatividade, ou seja, seus traços pertinentes, suas determinações. Com isso, mais se aproxima do concreto, que ela é expressão, mas que não se manifesta como tal. Com as determinações é possíveis encontrar os sistemas de mediações. A elevação do abstrato ao concreto (NETTO, 2011).

Para a compreensão do objeto, portanto, utilizou-se a análise em diversos níveis de abstração e sua aplicação em momentos histórico-espaciais e conjunturais específicos, no caso, o consumo alimentar o Brasil e as formas de convergência das necessidades humanas e as da acumulação de capital do período Neoliberal.

Desta forma, utilizou-se para a compreensão da temática as elaborações sobre o onívoro de Fischler (1995); da teoria do valor de Marx (2008, 2013, 2015) e de interpretações de sua obra (GRESPLAN, 2019; HARVEY, 2015; NETTO, BRAZ, 2006; NETTO, 2011; SAAD FILHO, 2003, 2015); da teoria de médio alcance do modo de reprodução do capital de Osório (2012a, 2012); do Neoliberalismo (ANDERSON, 1995; SAAD FILHO, 2011a, 2011b); do sistema de provisão e o consumo de Fine (2002, 2006, 2013; FINE et al, 2002; FINE et al., 2018); dos estudos do consumo de Fontenelle (2002, 2010, 2012, 2015, 2017), Lee (1993) e Cerni (2007, 2012); da hegemonia cultural (COUTINHO, 1999; PICCIN, 2010; PASSOS, 2016); dos estudos sobre alimentação de Poulain (2004), Albritton (1995, 2009) e Baca (2017; BACA, LOBERA, 2018); da culinária Brasileira de Dória (2006, 2009, 2014, 2018, 2019; DÓRIA, BASTOS, 2018; DÓRIA, PELLERANO, 2019); e da crítica ao nutricionismo de Scrinis (2008; SCRINIS, MONTEIRO, 2018) e Pollan (2008).

Este debate foi confrontado com os dados secundários de instituições públicas como: a evolução das despesas familiares entre o Estudo Nacional de Despesa Familiar (ENDEF) 1974-1975 e a Pesquisa de Orçamentos Familiares (POF) de 2008-2009; análise da relação entre o Índice Nacional de Preços ao Consumidor Amplo (IPCA) e os segmentos da alimentação, por grupos de alimentos e de alimentos ultraprocessados selecionados; os dados relativos aos rendimentos e despesas de consumo da POF-2017-2018; do reajuste do salário mínimo real e o cálculo do Salário Mínio Nominal e Necessário do DIEESE; os resultados da POF 2008-2009 em relação aos alimentos mais consumidos fora do lar, o consumo alimentar em relação ao total consumido, por gênero, por situação do domicílio e por Grandes Regiões, a variação da aquisição alimentar domiciliar per capita anual, por classes de rendimento total e variação patrimonial mensal familiar, segundo os produtos.

O trabalho justifica-se de duas formas. A primeira é referente ao atual desenvolvimento do capitalismo e como sua operação tem implicado em transformações mundiais em todos os sentidos da comida, portanto, este trabalho é um exercício de reflexão sobre as principais categorias que, de maneira geral, o capital tem operado para esta realização. A segunda é que, pelo fato de que o capital se organiza em escalas cada vez maiores, exigindo um esforço teórico de uma ciência do capitalismo, ou seja, de compreender

as bases estruturais desse sistema. Neste sentido, o presente trabalho também visa contribuir para o debate sobre a comida no Brasil através de uma perspectiva marxista de análise.

A proposta também se relaciona com os objetivos do Programa de Pós-graduação em Meio Ambiente e Desenvolvimento Rural da Universidade de Brasília (PPGMADER-UnB), no sentido da construção do conhecimento e a promoção do desenvolvimento rural sustentável; e na busca de estratégias interdisciplinares para solução de problemas ambientais para o desenvolvimento do país. Nesse sentido, também visa contribuir com o debate interdisciplinar dos sistemas alimentares, propondo a compreensão da comida e dos impactos do capital na alimentação, processo necessário para a construção de sistemas capazes de equacionar a relação entre o ser social, a natureza e do desenvolvimento rural sustentável. A proposta se encontra na Linha de Pesquisa 1: Desenvolvimento Rural Sustentável, que tem como um dos objetivos o estudo das dinâmicas e formas sociais do trabalho, produção e vida cultural.

A dissertação foi dividida em três capítulos. No primeiro capítulo apresenta-se o debate sobre a relação entre a comida e o ser social, sob a perspectiva do dilema do onívoro. A comida como uma relação social de múltiplas determinações, em que o trabalho se apresenta como o principal mediador da realização das necessidades humanas, capaz de regular o dilema do onívoro através das cozinhas.

No segundo capítulo, retoma-se o debate da Teoria do Valor de Marx; das relações entre a produção e o consumo; do modo de representação do capital e a comida; da relação entre a comida e valor da força de trabalho; do neoliberalismo; das transformações dos hábitos alimentares dos brasileiros; e os resultados em relação à análise dos dados secundários.

Por fim, no terceiro capítulo, concentra-se o debate em relação à construção do imaginário social através da cultura e do consumo; do fetichismo; as formas de assimilação de novas necessidades através do valor de uso dado pelo capital ; e as formas em que o capital tem se apropriado de determinados discursos para dar sentido à cacofonia alimentar, em um ambiente de abundância e crise.

## 1 A COMIDA ETERNA

A comida e o ato de comer fazem parte da relação entre o ser social e a natureza, entre o natural e o cultural (ROSSI, 2014). No ato de comer, “o ser humano biológico e o ser humano social estão estreitamente vinculados e reciprocamente envolvidos” (CONTRERAS, GRACIA, 2015, p. 14)

As esferas da natureza e da cultura que em sua aparência são concebidas de forma dual, como opostas, a esfera biológica em que a natureza produz o corpo a partir da nutrição e a esfera do adquirido, do imaginário, do cultural, que nutre o espírito, são, essencialmente, o que integra a comida e o ato de comer (CONTRERAS, GRACIA, 2015).

Sob esta perspectiva, para Fischler (1995, p.14-15, tradução nossa) a alimentação

é, com efeito, uma função biológica vital e ao mesmo tempo uma função social essencial. É um fenômeno complexo e abundante; é um objeto com múltiplos acessos. Suas inúmeras facetas são organizadas de acordo com pelo menos duas dimensões. O primeiro se estende do biológico ao cultural, da função nutricional à função simbólica. A segunda, do indivíduo ao coletivo, do psicológico ao social. O homem biológico e o homem social, a fisiologia e o imaginário, estão íntima e misteriosamente misturados no ato nutricional.

Destarte, essas múltiplas determinações sobre a comida e o comer são o que diferencia a alimentação dos seres humanos dos demais animais, inclusive de outros onívoros. Do ponto de vista dos condicionamentos mais biológicos da alimentação humana que possibilitaram o comensal eterno, o complexo sistema digestivo capaz de ampliar o leque do que é comestível e sua adaptabilidade a diferentes ambientes associado a sua estrutura dentária e ao neocórtex altamente desenvolvido dos seres humanos, foram elementos que contribuíram não somente para aumentar a variabilidade de alimentos mas também à eleição daquilo que é ou não comestível.

De acordo com Contreras e Gracia (2011), os condicionamentos biológicos permitiram aos seres humanos a se adaptar a uma grande diversidade de ecossistemas, de condições territoriais e climáticas com esforços mínimos do ponto de vista das mutações necessárias para a sobrevivência em determinados ambientes, e, também, na capacidade dos seres humanos de se ajustar a flutuação de recursos alimentares em diferentes contextos.

Segundo Rozin (1976) os hábitos alimentares dos seres humanos são caracterizados pela diversidade. Essa diversidade pode ser explicada pela capacidade de avaliação do que é considerado comida a partir dos aspectos culturais associados com as questões substanciais

relativas a diferenças genéticas que se desenvolveram nos seres humanos a partir de diferentes contextos.

As influências geográficas associadas a condicionamentos genéticos podem ser exemplificadas a partir da obra de Contreras e Gracia (2011, p. 122). Um dos exemplos dados pelos autores sobre esta relação se dá a partir da associação entre a lactose e a adaptação de grupos étnicos em diferentes localidades. Para os autores a

lactose se encontra somente no leite, e a enzima lactase, que a metaboliza ao longo do ciclo da vida do mamíferos, atua unicamente durante a lactância. Tal enzima diminui de forma progressiva com o passar dos anos. Em alguns grupos étnicos, no entanto, a atividade da lactase no intestino persiste na fase adulta. Portanto, podemos concluir que a tolerância e a intolerância à lactose não estariam relacionadas apenas com a frequência do leite na dieta - como se acreditava até poucos anos atrás -, mas também com fatores genéticos de caráter hereditário. Por exemplo, entre os aborígenes americanos, 95% são intolerantes à lactose. Os americanos brancos os dinamarqueses representam o polo oposto: quase 98% a tolera. Entre esses dois extremos, encontram-se os americanos negros, com uma frequência intermediária do gene para a intolerância à lactose. Os finlandeses, húngaros, os Tútsi, os Fulani nômades e os americanos brancos, todos descendentes de povos que viveram em zonas leiteiras, são tolerantes à lactose. Outros também tolerantes são os povos Watusi. Entre esses últimos grupo citados, os intolerantes oscilam entre 2% e 20%. Apesar de também se encontrarem em uma zona tradicionalmente leiteira, os árabes modernos e os semitas são intolerantes em 85%. Esses povos consomem produtos lácteos como o iogurte ou queijos prensados, que contém baixa concentração de lactose. Fora da tradicional zona leiteira se encontram os nigerianos costeiros, os Banto, os Thai, os Inuit da Groenlândia e os índios Pima, com porcentagens de intolerantes oscilando entre 88% e 98%. Entre os grupos intermediários se encontram os Hauçá-Fulani e os mexicanos-americanos. Nessas populações a porcentagem de intolerantes oscila entre 55% e 75%.

Nesse sentido, os autores apontam a partir da influência de Kretchmer, que este processo de tolerância à lactose na fase adulta dos seres humanos, foi determinada a partir das pressões seletivas durante o período de 10 mil anos a partir da revolução neolítica, a partir das atividades agrícolas e pastoris, devido à regularidade e à abundância do recurso.

Deste modo, a adaptabilidade e a variabilidade de possibilidades no comer estão situadas, de acordo com Fischler (1995), em um aspecto vital, íntimo. Para o autor, o alimento ao ser incorporado pelos seres humanos se transforma em uma substância íntima, que produz os próprios seres humanos tanto do ponto de vista biológico, mas também do imaginário. Em sua essência “há algo muito sério ligado ao ato de incorporação; a alimentação é o domínio do apetite e dos desejos gratificados, do prazer, mas também da desconfiança, da incerteza, da ansiedade” (p. 11, tradução nossa).

Ao pensarmos esse processo do ponto de vista histórico, ele vai de encontro com a noção de subsistência, como um marcador vital para a alimentação dos seres humanos. Para o autor, há dois momentos históricos desta subsistência, das sociedades cujos esforços eram de superar a escassez de alimentos, como nas sociedades caçadoras-coletoras em que podemos identificar a penúria e a incerteza da disponibilidade alimentar e dos agricultores quando seus estoques produzidos não são suficientes; o outro momento, é quando se tem a noção de subsistência associada à incerteza na sociedade de abundância. Nas sociedades atuais, se a questão da produção e o acesso à alimentação não são um problema para a maior parte da população, se o “desafio vital está neutralizado, [...] o desafio íntimo nos ocupa mais do que nunca” (p.12, tradução nossa).

A abundância é uma questão relativamente nova para os seres humanos, os comensais, apesar destes não serem novos. Assim sendo, as questões do dilema do onívoro e de suas características biológicas não se modificaram ao passo das mudanças na sociedade, mas para uma abundância nova com organismos adaptados para a incerteza e a intermitência da disponibilidade de recursos, cujos aspectos íntimos do prazer e do medo tomam cada vez mais o espírito humano.

### **1.1 Dilemas do onívoro**

Se as condições biológicas dos seres humanos possibilitam comer tudo aquilo que é comestível em determinadas condições, por que os onívoros não comem todos os alimentos acessíveis e disponibilizados pela natureza?

De acordo com Fischler (1995) os fatores cognitivos ou ideias, que são possibilitados através do desenvolvimento das próprias capacidades dos seres humanos, têm um papel fundamental em como os seres humanos interagem com o meio em que vivem, inclusive na escolha daquilo que se alimenta. Nesse sentido, compreender quem come determinados alimentos está ligado não somente a aquilo que está sendo ingerido, mas também em suas representações, está ligado à variabilidade do sistema culinário, portanto, “*tudo o que é biologicamente comestível não é culturalmente comestível*” (p.33, grifo do autor, tradução nossa).

Em consonância com o autor, Contreras e Gracia (2011) demonstram que o ato de se alimentar nunca foi um aspecto somente biológico, a comida não parte unicamente de uma racionalidade dietética. O comportamento alimentar dos seres humanos se conformou a partir



de múltiplos determinantes, principalmente no que tange a escolha daquilo que é comestível e do que não é.

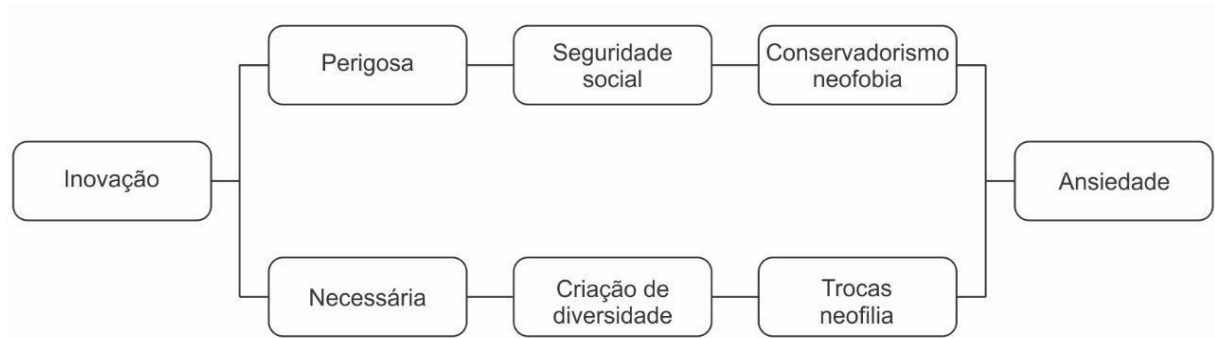
Os autores propõem que as escolhas alimentares partem fundamentalmente de dois princípios que os seres humanos necessitam desenvolver para esta distinção:

- 1) Aprender a obter alimentos: quais, onde, como, quando..., o que equivale a um conhecimento do meio e das relações causa-efeito que o caracterizam; aprender a aumentar o inventário de alimentos disponíveis, seja superando a neofobia característica do paradoxo do onívoro, seja aprendendo a tratar e eliminar sua toxicidade, indigeribilidade etc., o que equivale a sua transformação; aumentar ou manter a disponibilidade do inventário, facilitando a sua reprodução ou o seu não esgotamento, o que equivale a desenvolver modos ou técnicas de conservação, armazenamento, racionamento, domesticação, intensificação, mecanização, inseminação, modificação [...], e, também, estabelecimento de proibições, de captura relacionadas a um período e/ou a um espaço, tabus, proibições...; aumentar o “atrativo” - o gosto- do inventário disponível: assar, fritar, ferver, salgar, defumar, condimentar, temperar, combinar...
- 2) Aprender a conhecer as especificidades dos alimentos em relação aos seus estados alternados (por exemplo: verde, temperado, maduro, passado, podre, fresco, fermentado, novo, velho etc.) e os seus diferentes efeitos sobre o organismo de acordo com cada um desses estados. Aprendendo, assim, a conhecer as especificidades dos organismos humanos de acordo com suas naturezas e com seus estados cambiantes: idade, sexo, estrutura genética, saúde ou doenças, disponibilidades, atividades etc. Ou, que é o mesmo, conhecer e prever os efeitos precisos e diferenciais da cada tipo de alimento e de suas diferentes formas de consumo, possibilitando o melhor aproveitamento possível de cada alimento para cada tipo de indivíduo de acordo com as suas circunstâncias particulares (p.124-125)

A aprendizagem dos seres humanos sobre o que é comestível/ não-comestível não partiu, segundo os autores, de um método individual, a partir de erros e acertos, mas sim, baseada em um saber coletivo que foi sendo construído de geração em geração. Como exposto, há uma variabilidade das possibilidades de se comer e também da aprendizagem que a envolve, tanto entre diferentes sociedades ou dentro da mesma. Ou seja, as noções de mau e bom no comer são relativas a cada sociedade e a cada indivíduo.

A partir destas determinações da alimentação, os trabalhos de Rozin E. (1976), Rozin P., (1976) e Rozin E. e Rozin P. (1981) - que influenciarão os trabalhos de Beardsworth e Keil (1992); Beardsworth (1995) e Fischler (1995)-, concebem que a condição de onívoro dos seres humanos é resultado de uma contradição entre as ordens fisiológicas, comportamentais e cognitivas, caracterizada pelo paradoxo do onívoro (Figura 1).

Figura 1- O paradoxo do onívoro.



Fonte: Adaptado de Fischler (1995).

De acordo com os autores, diferentemente de seres vivos que têm sua alimentação baseada em apenas uma espécie, os onívoros são portadores de autonomia, de adaptabilidade e de liberdade. Apesar de estas características facilitarem o acesso a uma variabilidade de alimentos, esta variabilidade também se torna uma necessidade. Ou seja, o paradoxo do onívoro é caracterizado pela contradição entre as necessidades de diversificação, da inovação e das trocas confrontadas com os condicionamentos biológicos e culturais da prudência, da desconfiança, e do conservadorismo alimentar, visto que a incorporação de novos alimentos podem implicar riscos em potencial. A oposição entre a neofilia - tendência a explorar, as trocas e as novidades - e a neofobia - tendência ao conservadorismo, à prudência da alimentação humana - tem como resultado uma ansiedade alimentar própria dos seres humanos. Assim sendo, resulta-se “a origem de uma ansiedade fundamental da alimentação humana [...] ansiedade alimentar não é, pois, nova ou conjuntural, ela é permanente e deve ser regulada sempre” (POULAIN, 2004, p 103).

Sob esta perspectiva, há de se notar o que Fischler (1995) determina como o princípio da incorporação. A incorporação dos alimentos é o momento que cristaliza esta angústia do onívoro, a boca é a fronteira entre o mundo e o corpo, por isso sua vitalidade. A incorporação da comida é tanto no sentido real, biológico, quanto no sentido do imaginário (ROZIN, 1976; FISCHLER, 1995). A partir disso, compreende-se que, “saber se o que levamos à boca nos fará mal ou bem, isto é, conhecer o *sentido do que incorporamos*” (DÓRIA, 2009, p.26) se torna vital para a continuidade do corpo e do espírito.

Do ponto de vista biológico, a boca é a fronteira que possibilita - assim como os mecanismos do vômito ou da diarreia - o corpo rejeitar uma comida perigosa, por isso o cheiro e o sabor dos alimentos são importantes para o controle cognitivo dos seres humanos sobre a qualidade deste alimento (ROZIN, 1976). Nessa mesma fronteira, também é

possibilitado, quando compreendido como comestível, a energia necessária para os seres humanos e a construção do nosso próprio corpo a partir das composições bioquímicas dos alimentos (FISCHLER, 1995).

Do ponto de vista do imaginário, a incorporação modifica nosso interior, no sentido de que este representa o espírito humano, modificando a própria natureza do ser humano e sua identidade. Este vínculo imaginário não está somente associado ao imaginário do indivíduo, mas no processo de uma identidade coletiva, visto que suas escolhas estão enraizadas no processo cultural (FISCHLER, 1995).

Deste modo Beardsworth (1995) caracteriza o paradoxo do onívoro a partir de três ambivalências (Tabela 1): do prazer/desprazer; saúde/doença; vida/morte.

Tabela 1- Ambivalências da comida

POSITIVO	NEGATIVO
1.A comida é necessária para o vigor, energia e saúde para os seres humanos.	1.A comida pode introduzir enfermidades e doenças.
2. A comida proporciona prazer e satisfação gustativa.	2. A comida pode produzir o desprezer gustativo, dispepsia, náusea e vômito.
1.A comida é necessária para a continuidade da vida	3. A comida envolve a morte dos animais consumidos.

Fonte: Adaptado de Beardsworth e Kiel (1992); Beardsworth (1995).

O primeiro paradoxo se aproxima com o princípio da incorporação de Fischler (1995) e se caracteriza pelo fato de que a comida, ao mesmo tempo é capaz de proporcionar a satisfação e o prazer, mas também pode provocar diversas sensações desagradáveis, o mal-estar e o vômito, este paradoxo tem relação com a ansiedade sensorial e do prazer.

O segundo paradoxo é a relação entre a saúde e a doença. A comida que é vital para a saúde e a vivacidade dos seres humanos também a mesma pode acarretar doenças ou substâncias tóxicas ao corpo. Esta ansiedade está associada à possibilidade de intoxicação ou doenças.

O terceiro paradoxo é a relação entre a vida e a morte no ato alimentar a partir do consumo de animais. A alimentação onívora implica o consumo de animais que são

considerados comestíveis por uma determinada sociedade, nesse sentido, há uma ansiedade moral relativa a este paradoxo.

A condição de ansiedade dos seres humanos, do paradoxo do onívoro, é regulada pela cozinha de um agrupamento humano, ou seja, o conjunto de saberes e de experiências coletivas disponíveis e incorporadas pelos seus integrantes, estruturam, regulam e norteiam as regras e normas culinárias capazes de solucionar este paradoxo (ROZIN, 1976; BEARDSWORTH, 1995; FISCHLER, 1995)

## 1.2 As cozinhas

Diante deste paradoxo, afirma-se que, se a incorporação de alimentos é capaz de conceber características qualitativas e prejudiciais para os seres humanos, dominar e transformar estes alimentos se torna crucial para sua vitalidade (DÓRIA, 2009).

De acordo com Dória (2009) o processo de hominização, ou seja, do conjunto de elementos e fatores que constituíram os seres humanos, consiste não somente na condição de onívoro, mas também, de suas capacidades de transformar os alimentos que se consomem, a partir do desenvolvimento de técnicas de cocção, de produção e armazenamento de alimentos.

Sob esta perspectiva, Rossi (2014, p. 31-32) explicita que, apesar de usualmente a busca pelo alimento estar associada às características naturais dos seres humanos

as ações para se livrar da fome e da sede empreendidas pelos membros da espécie humana são “naturais” apenas da aparência. Na verdade estão estritamente ligadas à artificialidade das técnicas culinárias, aos instrumentos utilizados para cozinhar e comer, às cerimônias e aos ritos nos quais homens e mulheres (mas às vezes apenas os homens, com uma forte exclusão das mulheres que cozinham e põem a mesa) se reúnem em torno de um lugar onde são servidos os alimentos. O alimento não é apenas ingerido. Antes de chegar à boca, ele é preparado, pensado detalhadamente [...] O preparo do alimento marca um momento crucial da passagem da natureza à cultura.

Deste modo, este conjunto de práticas, crenças e representações faz parte do que é considerada a cozinha em seu sentido amplo. A cozinha pode ser analisada como um espaço físico, onde os alimentos são coccionados, espaço relacionado às técnicas e às preparações de alimentos. Compreende-se, neste trabalho, a cozinha não somente no seu sentido material e objetivo, mas no conjunto de ações desenvolvidas a partir do trabalho dos seres humanos e de suas determinações materiais e imateriais compartilhadas por um grupo ou por parte de um grupo.

Sob esta perspectiva mais ampla do que é considerado a cozinha, esta pertence a um ordenamento culinário. De acordo com Fischler (1995), a cozinha parte de um conjunto de classificações culinárias - daquilo que é considerado comestível ou não, associado aos critérios de classificação gustativa, de forma ou de texturas - que são regidos pelas regras culinárias - relativas ao ordenamento, a composição e da compatibilidade dos alimentos, a comida é preparada, elegida e servida a partir de um ordenamento complexo de exclusão ou inclusão de alimentos a partir das regras e do ordenamento culinário - compartilhadas por um determinado grupo.

Os componentes culturais que caracterizam a cozinha podem ser definidos a partir de quatro elementos: a) os ingredientes básicos selecionados para compor sua cozinha dentre os demais ingredientes disponíveis no meio ambiente; b) pela escolha dos métodos em que cada alimento é preparado; c) os princípios do sabor, ou seja, a como se dá a combinação e condimentação das preparações; d) as cozinhas envolvem regras em relação a com quem, quando - que tipo e qual o horário de cada refeição e qual comida pode ou não pode ser servida com outra (ROZIN; ROZIN, 1981; ROZIN, 1993).

A cozinha nesse sentido faz parte de práticas materiais e simbólicas, de um sistema culinário, mas também, de um sistema alimentar. Os sistemas alimentares podem ser caracterizados como um sistema de produção, distribuição, preparação, consumo e de rejeitos de uma sociedade ou grupo social estabelecido em um território (GOODY, 1995) que corresponde ao “conjunto das soluções da vida de uma população para resolver os problemas da nutrição, sempre considerando a possibilidade que o ambiente dispõe e as idéias dessa população sobre a incorporação, que pode se formar em outros domínios da cultura” (DÓRIA, 2009, p.46).

O que diferencia o sistema alimentar do sistema culinário é que o sistema culinário é algo mais restritivo, em que mesmo em uma determinada população ou grupo que pertencem ao mesmo sistema alimentar, pode comportar diversos sistemas culinários. Como por exemplo, se analisarmos o sistema alimentar brasileiro, encontramos sistemas culinários distintos, como a culinária da região Amazônica ou da Paulistânia, que, mesmo estando imersos em um mesmo sistema alimentar - cada vez mais homogêneos do ponto de vista do sistema alimentar brasileiro - possuem princípios do ponto de vista da cozinha e do sistema culinário distintos.

### 1.3 O cozinhar: trabalho e técnicas culinárias

O ato de se cozinhar, por mais que este possa conter os elementos mais subjetivos do imaginário social, é constituído por técnicas estabelecidas a partir do ordenamento culinário que se exprime na materialidade, cujas regras já foram explicitadas. O cozinhar é, do ponto de vista da manipulação e execução da preparação, uma relação entre o homem e a natureza mediada pelo trabalho objetivado.

Sob esta perspectiva, a noção de trabalho, enquanto mediador da relação entre homem e a natureza, possibilitou a constituição do ser social, do ser em sociedade. O trabalho “é a condição básica e fundamental de toda a vida humana [...], podemos afirmar que o trabalho criou o próprio homem” (ENGELS, 2006, p.1). A existência e a reprodução da vida dos seres humanos, de suas condições materiais, se relacionam a partir deste conjunto articulado de transformação a partir da atividade denominada trabalho.

Em consonância com o autor, Marx (2013, p.326-327, 330), em sua análise relativa à categoria trabalho, demonstra que,

trabalho é, antes de tudo, um processo entre o homem e a natureza, processo este em que o homem, por sua própria ação, medeia, regula e controla seu metabolismo com a natureza. [...] A fim de se apropriar da matéria natural de uma forma útil para sua própria vida, ele põe em movimento as forças naturais pertencentes a sua corporeidade: seus braços e pernas, cabeça e mãos. Agindo sobre a natureza externa e modificando-a por meio desse movimento, ele modifica, ao mesmo tempo, sua própria natureza [...] o processo de trabalho inclui entre seus meios, além das coisas que medeiam o efeito do trabalho sobre seu objeto e, assim, servem de um modo ou de outro como condutores da atividade, também todas as condições objetivas que, em geral, são necessárias à realização do processo. [...] No processo de trabalho, portanto, a atividade do homem, com ajuda dos meios de trabalho, opera uma transformação do objeto do trabalho segundo uma finalidade concebida desde o início. O processo se extingue no produto. Seu produto é um valor de uso, um material natural adaptado às necessidades humanas por meio da modificação de sua forma. O trabalho se incorporou a seu objeto. Ele está objetivado, e o objeto está trabalhado.

Assim sendo, o trabalho que está sendo referido, rompe com a noção de padrão natural, geneticamente determinado, não operando de maneira imediata com a natureza, são exigidos instrumentos, habilidades e conhecimentos a partir do aprendizado - experimentação e repetição - e tenta satisfazer necessidades de diversas formas, assim como cria novas necessidades (NETTO; BRAZ, 2006).

Sob esta perspectiva, de acordo com o pensamento de Netto e Braz (2006) a diferenciação expressada por meio do trabalho das atividades naturais de outros animais é relacionada por sua mediação entre o sujeito - os executores, os seres humanos em uma determinada sociedade - e seu objeto - a natureza - a partir de um conjunto de instrumentos - que também são elaborados pelo sujeito - com uma determinada finalidade.

A finalidade se dá pelo fato de que os seres humanos são capazes de idealizar de forma antecipada a própria atividade que foi projetada - plano subjetivo do trabalho, da prefiguração. O trabalho se efetiva quando ele se realiza - plano objetivo, da materialidade do trabalho -, "a realização do trabalho só se dá quando essa prefiguração ideal se objetiva, isto é, quando a matéria natural, pela ação material do sujeito é transformada" (NETTO; BRAZ, 2006, p. 32), assim, o trabalho é objetivado - movimento indissociável entre o plano subjetivo e o objetivo.

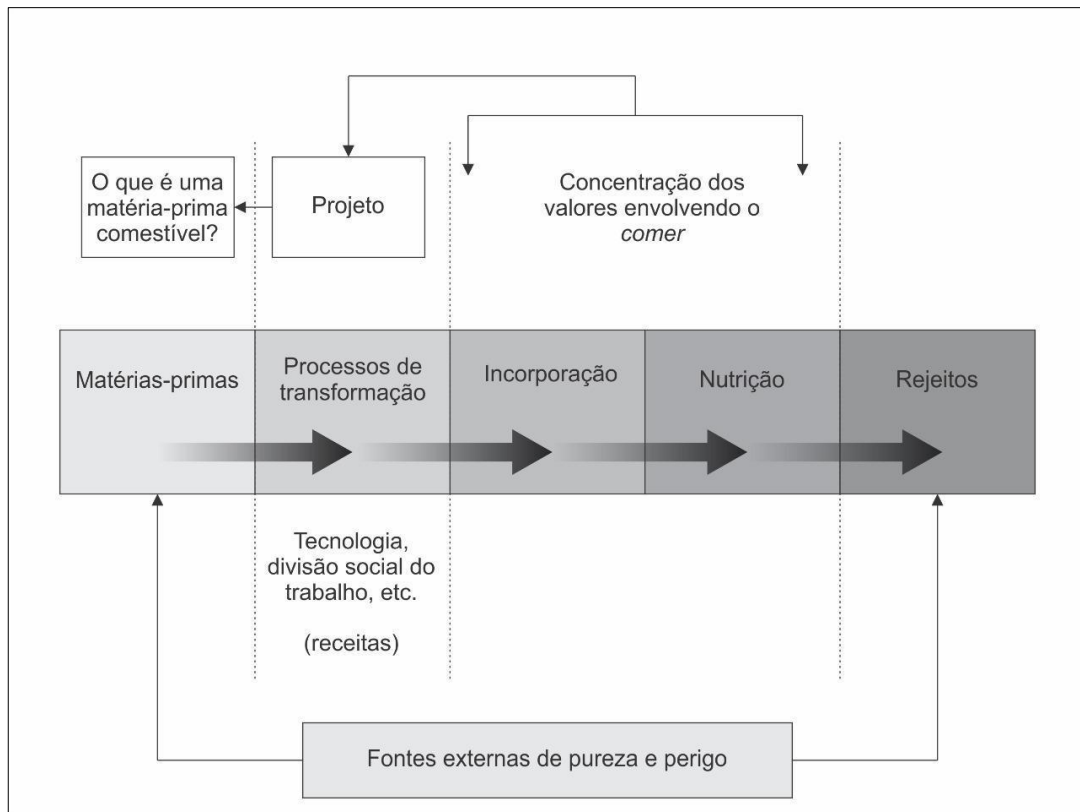
Se para a efetivação do trabalho exige um plano ideal e um real, é necessário o compartilhamento da aprendizagem entre os sujeitos, ou seja, o trabalho tem um caráter coletivo. O trabalho impõe tanto uma relação entre o sujeito e o objetivo como uma relação entre a sociedade, seus sujeitos e sua organização, constituindo, assim, o ser social.

O trabalho tal como o vimos caracterizando até aqui, só deve ser pensado como a atividade exercida exclusivamente por homens, membros de uma sociedade, atividade através da qual-transformando formas naturais em produtos que satisfazem necessidades - se cria riqueza social; estamos afirmando mais: que o trabalho não é apenas uma atividade específica dos homens em sociedade, mas é, também e ainda, o processo histórico pelo qual surgiu o ser desses homens, o **ser social**. Em poucas palavras, *estamos afirmando que foi através do trabalho que a humanidade se constituiu como tal* (NETTO; BRAZ, 2006, p. 32, grifos dos autores).

Sob esta perspectiva, ao se pensar a noção de trabalho no qual faz parte o cozinhar, este exige dos membros de uma sociedade o processo de socialização do conhecimento adquirido pelo tempo a partir do trabalho, que se caracteriza como técnicas culinárias, para a execução de um projeto, a comida.

Do ponto de vista dos procedimentos técnicos da comida, compreende-se que as noções de trabalho elaboradas pelos autores acima corroboram com o pensamento de Dória (2009). Para o autor, os procedimentos técnicos (Figura 2) fazem parte de um projeto mental, ideal, no qual este expressa os ideais objetivos e subjetivos, das relações entre o mundo natural - matéria-prima, e as relações sociais de um meio - dos sujeitos e das organizações. O ato de se cozinhar são é um ato puro e nem dissociado das outras práticas e instituições.

Figura 2 - Momentos do processo culinário



Fonte: Dória (2009).

Deste modo, as técnicas culinárias que fazem parte deste processo de transformação “são reuniões de gestos culinários que contribuem eficazmente para a realização de um projeto culinário, seja qual for” (DÓRIA, 2009, p. 178, grifo do autor). Estes gestos que exprimem as técnicas foram codificados e transformados ao longo da história e serviram como base para se desenvolver instrumentos e ferramentas que construíram o cozinhar.

Como exemplo deste processo, o domínio das técnicas de manipulação do fogo associado com o desenvolvimento de utensílios de pedra e de barro possibilitou avançar no sentido da construção daquilo que hoje compreendemos como cozinhar (FRANCO, 2004). Estes instrumentos permitiram aumentar não somente as possibilidades de preparações, mas também do próprio gosto e do sabor dos alimentos, nesse sentido, o cozinhar transforma os alimentos em comida, e a comida transforma e produz os sujeitos.

Se o trabalho faz parte da constituição do ser social, este não se reduz e nem se esgota no trabalho (NETTO; BRAZ, 2006). Com o desenvolvimento do ser social, como um ser complexo, de múltiplas objetivações, quanto mais este se desenvolve, mais objetivações são transcendidas da mediação pelo trabalho - como, por exemplo, a arte e a ciência.



A categoria que expressa este conjunto de objetivações dos seres humanos é a práxis. A práxis envolve a categoria trabalho, mas não se resume a ela. Para Netto e Braz (2006) a práxis compreende o conjunto da riqueza do ser social desenvolvido. Para além do trabalho, o ser social realiza objetivações materiais e ideais, ou seja, um mundo social inteiramente do gênero humano, revelando um ser social como um ser criativo e auto produtivo.

Esse processo de humanização, iniciado a partir do trabalho, é constituído pelo ser social, nesse sentido, cabe salientar então que este conjunto de possibilidades e objetivações só pode ser possibilitado a partir do ser em sociedade, de seres em interação. O plasma do gênero humano então, pela interação, é definido por duas características fundamentais: são portadores - a partir dos mecanismos de socialização como a interação social e a educação incorporam as objetivações dos seres humanos que já foram realizadas - e (re) criadores – são capazes, a partir de suas próprias objetivações, de renovar e atualizar os seres sociais (NETTO; BRAZ, 2006).

O desenvolvimento dos seres individuais sociais então, se apresenta como um processo formativo-social, em que os seres humanos se humanizam a partir da socialização. Nesse sentido, se os seres individuais nascem como puramente singulares, com o seu amadurecimento, este vai se apropriando –a partir de condições sociais que são oferecidas - das objetivações existentes na sociedade, e, quando se apropria dessas objetivações, constroem sua subjetividade. Ao se pensar a riqueza subjetiva dos seres humanos então, compreende-se que esta é o resultado das riquezas das objetivações que este se apropriou.

Neste sentido, pode-se estabelecer que o que é compreendido como comida faz parte deste processo, da práxis. A comida faz parte deste conjunto de objetivações, portanto, quanto mais desenvolvido o ser social, maior a quantidade de objetivações em torno da comida.

#### **1.4 Condicionamentos contextuais da comida**

O que compreendemos como comida, assim como com quem devemos comer e as novas motivações para o seu consumo, faz parte de um amplo sistema. Os condicionamentos biológicos, de fato, não são capazes de revelar estas questões.

Esta questão só pode ser compreendida na análise da relação entre os sujeitos e a sociedade, na compreensão dos significados da comida e o ser social. Neste sentido, Contreras e Gracia (2015) demonstram que, dentre as múltiplas possibilidades de análise sobre a

alimentação, estes podem ser analisados a partir de condicionamentos abrangentes nos quais abarcam as principais questões (Tabela 2).

Tabela 2 - Dos condicionantes contextuais da alimentação.

<b>CONDICIONAMENTOS CONTEXTUAIS DA ALIMENTAÇÃO</b>	
<b>FATORES</b>	<b>CARACTERÍSTICAS</b>
<b>Ecológico</b>	Aquilo que é considerado alimento varia de acordo com a disponibilidade e a caracterização daquilo que é comestível.
<b>Tecnológico</b>	A cocção de preparações, bem como seu processo de produção, armazenamento, distribuição e consumo variam de acordo com a tecnologia disponível no tempo e espaço.
<b>Econômico</b>	O sistema alimentar e o sistema culinário variam de acordo com o modo de produção e nas relações sociais de cada modo.
<b>Político</b>	O sistema alimentar é regido por um ordenamento político de um modo de produção, que influem e todo o sistema.
<b>Ideológico</b>	A comida simboliza não somente os aspectos de ordem culinária, mas a ideologia e as crenças de determinado grupo social. Os alimentos se diferenciam através de sua carga simbólica.
<b>Crenças e Tabus</b>	As crenças principalmente religiosas impõem à comida restrições e tabus alimentares, assim como santifica alimentos de acordo com cada religião.
<b>Crenças e conhecimentos dietéticos</b>	A comida é influenciada pela crenças e dos saberes sobre o que é bom para a saúde ou não para um determinado grupo.
<b>Sociabilidade</b>	Os alimentos podem representar as formas sociais bem como as representações pessoais dentro de uma determinada sociedade. Relaciona-se com os aspectos éticos e morais. Reforçam aspectos de pertencimento e separação a determinados grupos sociais.
<b>Ritualidade</b>	A comida faz parte dos ritos, festividades e cerimônias. O que é considerado comida nestas ocasiões pode variar tanto no sentido no modo de cocção, como também no tipo de alimento que é servido.
<b>Comunicação</b>	A comida faz parte de um sistema de comunicação através de um sistema de signos, imagens e comportamentos próprios desta atividade.

Fonte: Elaborado pelo autor, a partir do pensamento de Contreras e Gracia (2011).

Deste modo, compreende-se que estes fatores são variáveis no tempo e no espaço. A variabilidade de cada cozinha e de sua organização social demonstra como a comida se diferencia não somente entre as cozinhas, mas dentro do próprio grupo.

Ao analisarmos os sistemas alimentares ocidentais sob o modo de produção capitalista, por exemplo, podemos compreender como este se tem modificado tanto no tempo quanto no espaço. A centralidade das ordens econômicas e financeiras tem modificado tanto o que consideramos como comestível, mas também as próprias relações entre o ser social e a cozinha. Nesse sentido, para compreender aquilo que comemos atualmente, é necessário revelar as categorias que são próprias desse modo de produção.

## 2 O CAPITALISMO E A COMIDA

### 2.1 Produção e consumo

As noções relativas à produção e o consumo dos seres sociais na teoria marxiana parte primeiramente da refutação dos conceitos de produção em geral de Adam Smith e David Ricardo. Marx (2008, 2015) inicia suas reflexões entre produção e consumo, a partir da compreensão de como estes se conectam na atividade produtiva.

O autor compreende que a produção e o consumo não são externos e isolados, mas que a produção é consumo e o consumo é produção, são momentos relacionados dentro de uma totalidade integrada. Nesse ciclo de reprodução social, ao mesmo tempo em que a produção cria o consumo, o consumo cria a produção. A produção é simultaneamente o consumo no sentido de que, esta consome matéria prima e também a força de trabalho, e o consumo é produção, visto que o consumo produz os seres vivos (CERNI, 2012).

Sob esta perspectiva, neste ciclo, há uma codependência entre a produção e o consumo. Para Marx (2008), a produção é o ponto crítico de partida do processo de transformação e criação de objetos que satisfaçam as necessidades dos seres humanos, que tem sua realização no consumo. Os seres humanos ao produzirem um objeto e consumi-lo, retornam para o ponto de partida, enquanto indivíduos produtivos, que se reproduzem.

A reprodução social dos indivíduos neste ciclo, portanto, transforma os aspectos subjetivos e objetivos da experiência humana, ou seja, na produção, os sujeitos materializam sua própria atividade, apropriam-se da natureza por meio do trabalho e criam um objeto subjetivo, que foi idealizado, e, a partir do consumo, os objetos criados retornam ao sujeito com seus conteúdos objetivos revelados, portanto, capaz de atender às necessidades dos seres humanos (CERNI, 2012).

De acordo com Marx (2008, 2015) a produção não somente cria os objetos necessários para os seres humanos, mas também, cria os próprios sujeitos e suas necessidades. Nesse sentido, o autor salienta que,

Fome é fome, mas a fome que se sacia com carne cozida, comida com garfo e faca, é uma fome diversa da fome que devora carne crua com mão, unha e dente. Por essa razão, não é somente o objeto do consumo que é produzido pela produção, mas também o modo do consumo, não apenas objetiva, mas também subjetivamente. A produção cria portanto os consumidores (...). Logo, a produção produz o consumo,

na medida em que 1) cria o material para o consumo; 2) determina o modo do consumo; 3) gera como necessidade no consumidor os produtos por ela própria postos primeiramente como objetos. Produz, assim, o objeto do consumo, o modo do consumo, e o impulso do consumo. Da mesma forma, o consumo produz a disposição do produtor, na medida em que o solicita como necessidade que determina a finalidade. (MARX, 2015, p.65-66).

Ao analisarmos a comida sob esta perspectiva, pode-se afirmar que esta faz parte deste ciclo vital da reprodução humana, como necessária e como uma necessidade. Na produção, os seres humanos se apropriam da natureza, e, a partir do trabalho objetivado, ou seja, a partir do processo de idealização do objeto final e a materialização deste por meio das técnicas culinárias, materializa o objeto acabado, a comida. No consumo, quando comemos, é revelada sua subjetividade, e reproduz-se o próprio corpo. Compreende-se também, que o próprio desenvolvimento da produção, ou seja, das condições materiais - seja de matérias primas ou dos equipamentos de cocção - associados ao desenvolvimento das técnicas culinárias - desenvolvidas pelo saber coletivo -, criaram também outras necessidades, ou seja, a comida cria os comedores e os comedores criam a comida.

## **2.2 Teoria do Valor**

O capitalismo complexifica o dilema do onívoro. Se em outros modos de produção o trabalho do ser social tem sua centralidade na produção de bens e serviços úteis para satisfazer suas necessidades com suas distintas formas de distribuição das riquezas, no capitalismo o trabalho tem como objetivo a geração de valor.

Na totalidade das sociedades desenvolvidas pelos seres humanos, a força de trabalho social - compreendida como o conjunto das capacidades, habilidades e conhecimento adquiridos de todos os indivíduos - é um recurso da comunidade, empregado a partir das determinações culturais, naturais e tecnológicas existentes. Se a produção de bens tem como objetivo atender às necessidades dos indivíduos e do coletivo que pertencem a uma sociedade, esta produção tem um valor de uso, e, por isto, este deve ser repartido com os seus membros de acordo com estas determinações.

Netto e Braz (2006) compreendem que este conjunto de bens úteis – valor de uso - de uma sociedade pode ser denominado como o produto social global, em que o modo de repartição destes bens se relaciona com o regime de propriedade dos meios de produção. Se

na propriedade coletiva, a repartição tem a tendência ser igualitária, nas sociedades em que a propriedade é privada, estas são profundamente desiguais.

Se o valor de uso dos bens tem como objetivo a satisfação das necessidades do ser social, no capitalismo, o acesso a estes bens e serviços se dá predominantemente pela sua forma mercadoria. As mercadorias são objetos externos aos seres humanos, que, pelas suas propriedades, satisfaz as necessidades materiais e espirituais dos indivíduos. O que diferencia o valor de uso das mercadorias de outros bens que também contém valor de uso, é que, necessariamente, as mercadorias devem ter um valor de uso que possa ser reproduzida para a troca, para a venda. Nesse sentido, a mercadoria é uma relação entre os valores de uso e os valores de troca.

A diferença entre o capitalismo e outros modos de produção também mercantis é que, o conteúdo distinto das trocas nesse modo de produção está na forma social do trabalho que passa a ser assalariado, essencialmente abstrato, e, cujo valor de troca é uma expressão do valor (SAAD FILHO, 2011a).

Sob esta perspectiva, pode-se estabelecer, portanto, que, nas sociedades onde o capitalismo é predominante, a produção das mercadorias tem como objetivo criar valor. O valor, para Marx, “é uma relação social, e não podemos ver, tocar, sentir diretamente as relações sociais; no entanto, elas têm uma presença objetiva”(HARVEY, 2015, p. 45). O valor, portanto, não consegue se expressar por si mesmo, ele aparece em uma equação de troca. Saad Filho (2011a) em consonância com Harvey (2015) estabelece que, o valor é uma forma histórica e específica do caráter social do trabalho no capitalismo e sua existência real se dá através das relações de valor, como forma particular das relações sociais no modo de produção capitalista.

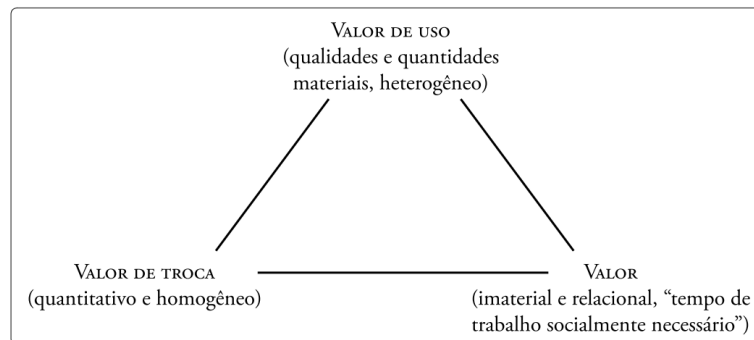
Para a produção de mercadorias, Netto e Braz (2006) assinalam que duas relações são absolutamente necessárias: a divisão social do trabalho associada com a propriedade privada dos meios de produção. Sem ambas há a produção de valores de uso, mas não a produção de mercadorias.

Pode-se compreender assim, que os bens e serviços que são produzidos para a troca, e não para o consumo de seus produtores. Se por um lado, as mercadorias contém o valor de uso, estas também, necessariamente, tem um valor de troca. O valor de uso das mercadorias pode satisfazer as necessidades, mas, no capitalismo, para os capitalistas, estas necessidades são irrelevantes no sentido de que podem ser tanto para as questões de sobrevivência, como de conforto ou até então produtos da moda assim como associados a vícios e perversões, ou

seja, o que importa no valor de uso nas mercadorias para eles é que estes devem ser úteis para outras pessoas. O valor de troca é caracterizado pela sua capacidade de ser trocada por outras mercadorias, que devem ser equivalentes umas às outras, ela expressa um caráter quantitativo (SAAD FILHO, 2003).

A unidade que é a mercadoria apresenta este aspecto dual de valor de uso e de valor de troca, permitindo-nos caracterizar o que Marx denomina como valor (Figura 3). Valor é o tempo de trabalho socialmente necessário para a produção de alguma mercadoria. Nesse sentido, para ter valor, a mercadoria deve ser útil.

Figura 3- Relação entre o valor, valor de uso e valor de troca



Fonte: Harvey (2015, p.35)

A relação entre valor de uso, valor de troca e valor estabelecidos por Marx, segundo Harvey (2015), se dá através da unidade que é a mercadoria. O caráter comum das mercadorias, é que estas, são produtos do trabalho humano, e, como tal, estas incorporam um valor definido como o trabalho socialmente necessário, mas, para este trabalho ser necessário, ele deve ser útil a alguém. Ou seja, para ter valor, necessariamente, algo deve conter valor de uso e, também, de poder ser trocado por outra mercadoria.

### 2.2.1 TRABALHO

Como foi mencionada, a natureza das mercadorias tem como objetivo, no capitalismo, a criação de valor. Este processo reflete no trabalho, tanto no trabalho concreto - produtor de mercadorias com valores de uso específico, criador de valores de uso - como no trabalho abstrato - criador de valor -, portanto, os trabalhos embutidos na mercadoria expressam o desenvolvimento da atividade produtiva em geral do capitalismo. Se em todos os modos de produção há um trabalho concreto, assentado no valor de uso, a centralidade no capitalismo

está no trabalho abstrato, visto que, apesar das mercadorias terem um valor de uso, seu objetivo no capitalismo é gerar valor.

Deste modo Saad Filho (2011a) salienta que o trabalho abstrato e a mercantilização do produto social - dos produtos, de outros ativos e das relações sociais - podem ser analisados em dois níveis.

Primeiro, na produção, os trabalhadores assalariados são tipicamente contratados nos mercados de trabalho e forçados a trabalhar para produzir bens e serviços primariamente para o lucro (mais-valia) em vez da satisfação das necessidades humanas (valor de uso), utilizando insumos disponíveis no mercado. Portanto, os produtos são mercadorias desde a sua concepção e o trabalho abstrato predomina tanto lógica quanto realmente sobre o trabalho concreto [...]. Segundo, a produção para a venda demonstra, na esfera da circulação, a identidade essencial entre todos os tipos de trabalho (p.66).

O trabalho abstrato, portanto, apresenta dois aspectos, um qualitativo e outro quantitativo. Qualitativo no sentido que este é a base de equivalência entre as mercadorias, o trabalho abstrato nesse sentido, tem uma existência real. Saad Filho (2003, p. 162) exemplifica que, em uma

visita ao supermercado, por exemplo, demonstra que o seu trabalho (como cozinheiro, por exemplo) é realmente equivalente aos trabalhos que produziram milhares de mercadorias diferentes, algumas em locais vizinhos, e outras em países distantes. A equivalência monetária real (e não meramente teórica) entre o seu salário e as mercadorias à venda no supermercado demonstra a relação de equivalência entre os trabalhos de todos os produtores mercantis. Em outras palavras, ao comprar uma barra de chocolate você realiza a equivalência material entre seu trabalho e o trabalho dos produtores de chocolate.

A característica quantitativa do trabalho abstrato se dá através da relativa estabilidade dos valores de troca. Segundo o autor a relativa estabilidade demonstra a existência real entre os tempos de trabalhos abstratos que são necessários para produzir cada tipo de mercadoria.

A dualidade entre trabalho concreto e abstrato está contida na mercadoria como uma unidade, a diferenciação sobre os trabalhos que Marx estabelece é relativa ao ponto de vista de análise, em que o trabalho concreto é o ângulo do valor de uso e o trabalho abstrato relativo ao valor de troca (NETTO; BRAZ, 2006). A convergência entre o trabalho abstrato e o trabalho concreto no ato unitário da troca de mercadorias, revela outra dualidade, das formas relativas e equivalentes de valor. Estas duas formas se convergem novamente no surgimento da mercadoria-dinheiro, como equivalente universal de troca de mercadorias (HARVEY, 2015).

A troca de mercadorias, portanto é sempre uma troca de um valor de uso contra a moeda. Isso se dá através da especificidade do valor de uso do dinheiro. O dinheiro como equivalente universal das mercadorias sempre deve estar presente de alguma forma no



processo da troca. Resulta-se, assim, a diferença entre a troca e a troca de mercadorias, onde, neste último, o vendedor sai com o valor de uso, dinheiro, que pode ser, em princípio, mas também na prática, trocado por qualquer outro valor de uso que este disponível. Ao passo em que o dinheiro medeia a troca, este não somente ganha vida própria, mas também a motivação da própria troca, visto que, o dinheiro tem a capacidade de homogeneizar as trocas no sentido de que a partir dele todos os bens são mensuráveis entre si a partir da dimensão do próprio dinheiro (FINE, 2002).

### 2.1.2 CAPITALISMO E MERCADO

O capitalismo é caracterizado como um modo de produção em que as mercadorias são produzidas de forma generalizada. Deste modo, a maior parte dos bens e serviços são produzidos para a venda, a partir da exploração do trabalho, do trabalho assalariado. As mercadorias produzidas são comercializadas no mercado, em que, as instituições e os seres sociais satisfazem suas necessidades de insumos produtivos e de bens e serviços finais regularmente por meio da compra (SAAD FILHO, 2003, 2011a).

Compreende-se, então, que o objetivo da produção de mercadorias no capitalismo é o lucro. Se em sociedades mercantis simples o dinheiro era um meio de troca com o objetivo de aquisição de outras mercadorias, no capitalismo, o capitalista compra para vender, seu ponto de partida e o seu ponto final é o dinheiro. Nesse sentido, “como o lucro é a força motriz do” modo de produção capitalista, este “só pode existir e reproduzir-se na escala em que a busca do lucro é interminável” (NETTO; BRAZ, 2006, p.97).

O capitalismo, como modo de produção, só pode se desenvolver ao passo em que a reprodução da vida das pessoas se torna incapaz em formas não capitalistas de produção. A reprodução da vida das pessoas no capitalismo se dá a partir da venda de sua própria força de trabalho, ou trabalho assalariado, em que seu valor de troca é representado pelo salário e seu valor de uso é representado pela sua capacidade de produzir outros valores de uso, o trabalho nesse sentido, é também, uma mercadoria (SAAD FILHO, 2003). Esta força de trabalho se distingue de outras mercadorias, pois ela é capaz de criar valor, ou seja, quando utilizada, ela produz mais valor do que é necessário para a sua reprodução. Nesse sentido, o que o trabalhador ganha a partir da venda de sua força de trabalho não é o valor criado por sua utilização, mas sim o valor de troca de sua força de trabalho, o capitalista se apropria de todo seu valor de uso, da mais-valia (NETTO; BRAZ, 2006).

Neste processo, as características do capitalismo que foram explanadas, para além de necessárias, estas são uma totalidade. Saad Filho (2003) demonstra que este, nas sociedades capitalistas, estas são produzidas para o lucro a partir do trabalho assalariado de milhões de pessoas, onde, muitas das mercadorias que foram criadas pelos trabalhadores, são compradas e consumidas pelos próprios trabalhadores, nesse sentido, o trabalho salarial estimula tanto a oferta quanto a demanda por mercadorias.

O trabalho assalariado associado às trocas estimula o desenvolvimento de mercados, que fazem parte dos sistemas de provisão da economia (FINE, 2002; SAAD FILHO, 2003). Os sistemas de provisão são as cadeias de atividade que conectam a produção, a troca e o consumo. A partir dessa abordagem, as relações entre as trocas mercantis e o lucro dos próprios capitalistas dependem das estruturas do sistema de provisão.

Nesse sentido, pode-se estabelecer que o

trabalho e seus produtos são divididos socialmente e, no capitalismo, esses processos e seus resultados são determinados pelo monopólio dos meios de produção pela classe capitalista, a mercantilização da força de trabalho e a forma mercadoria dos produtos do trabalho. Nessas circunstâncias, os produtos do trabalho geralmente tem a forma valor, e a exploração econômica se baseia na extração da mais-valia. Em outras palavras, a relação capital inclui o monopólio dos meios de produção, o trabalho assalariado e a contínua reprodução de duas grandes classes sociais mutuamente condicionantes, os capitalistas e os trabalhadores (SAAD FILHO, 2011a, p. 72).

### 2.2.3 FETICHISMO

No capitalismo, o conjunto de objetivações humanas realizadas através da práxis apresenta-se não como obras de seu trabalho, mas sim, alheios a este, como algo estranho ao seu próprio produtor. Este processo está relacionado, conforme demonstrado por Grespan (2019), com o próprio interesse dos capitalistas e na sua forma de exploração da força de trabalho. De acordo com o autor, para

os proprietários de capital, interessa capturar o máximo possível do mais-valor social metamorfoseado de equalização em lucro médio, no qual se dissolve o trabalho como fonte de todo o valor e se legitima a propriedade privada como fator decisivo do ganho capitalista. A expropriação que ocorre entre eles, embora proceda da expropriação da força de trabalho, parece ter uma força própria; e uma força primordial que, como um mal necessário, se arroga o papel de eixo organizador da economia [...] Todos esse processos indicam o gradual deslocamento da propriedade privada, como princípio distributivo do mais-valor, em relação ao trabalho criador do mais-valor. É que, quando posta na base do capital industrial predominante no mundo moderno, a propriedade privada se generaliza e se impõe socialmente como modo de exclusão que expropria os meios de trabalho do trabalhador [...] A exclusão

do trabalhador o impede de trabalhar para si e de obter o seu próprio produto, que se apresenta a ele como algo alheio; e o coage a vender ao proprietário dos meios de produção que lhe resta, a saber, sua capacidade física e mental para o trabalho (p. 81-82).

Da mesma forma em que se configura este processo de exclusão dos trabalhadores na esfera da produção, há também um processo de inclusão que permite que estes componham uma totalidade apta a realizar suas necessidades e se auto reproduzir na esfera da circulação.

Se a exclusão o torna socialmente desigual ao capitalista, a inclusão pelo contrato supõe e reitera a sua igualdade jurídica com o empregador, a condição de proprietário. Pois a esfera da circulação de mercadorias, na qual o trabalhador vende a força de trabalho e compra os meios de vida, supõe apenas que o vendedor seja proprietário do que vendeu ou do dinheiro com que compra. É nela que se efetua a igualdade jurídica, oposta à desigualdade social que condiciona a esfera da produção imediata de mercadorias, na qual a subordinação se faz valer de modo alienante [...] É porque exclui o trabalhador da propriedade dos meios de produção que o capital o reduz a vendedor de sua força de trabalho e pode, desse modo, incluí-lo como capital variável; é por incluí-lo que o capital de valoriza, reproduzindo em escala ampliada o seu poder de excluir o trabalho sempre e cada vez mais [...] Como propriedade dos meios de produção a propriedade privada se reforça pelo monopólio crescente do capital, pela concentração e expropriação até de alguns capitalistas por outros, mas ela também se legitima como propriedade dos meios de consumo que se estende a todos, em especial os assalariados. O reforço da igualdade da esfera da circulação esconde o seu contrário, o reforço da desigualdade na esfera da produção (GRESPLAN, 2019, p. 83)

Este processo dialético, contudo, revela uma assimetria. Se na aparência os salários dos trabalhadores são pagos com dinheiro pertencente ao capital, na realidade esse dinheiro corresponde ao valor criado pelo trabalho que foi apropriado em um ciclo anterior da produção. Portanto, a forma - constante compra e venda de força de trabalho- é estranha ao seu próprio conteúdo- de que o capital é valor que valoriza a partir do processo de inclusão e exclusão da força de trabalho-, agora mistificado, ou seja, se oculta “cada vez que o capitalista paga o salário, que quem produz o valor é apenas a força de trabalho” (GRESPLAN, 2019, p. 86).

Sob esta perspectiva, o capital no processo de inclusão e exclusão passa a determinar os desdobramentos do trabalho concreto e do trabalho abstrato, dessa dupla dimensão do trabalho, enquanto suporte para a divisão do trabalho e a troca mercantil. A separação do trabalho concreto e do abstrato no capitalismo é generalizada devido aos seus impulsos em transformar tudo em mercadorias “e tudo inscrever na finalidade de criar mais-valor” (GRESPLAN, 2019, p. 85-86). Nesse sentido, há a divisão do trabalho social com a diversificação dos trabalhos concretos, e ao mesmo tempo, o trabalho abstrato como a

igualdade universal do valor das mercadorias que o fixa como uma substância própria da sociabilidade da troca de mercadorias, portanto, o trabalho abstrato como substância do valor, como uma substância social.

Ao determinar os desdobramentos do trabalho o capital executa o papel social-suprassensível- desta operação e ao mesmo tempo utiliza-se dos substratos reais - sensível- do trabalho concreto para ancorar esta relação, ou seja, o capital determina o caráter sensível suprassensível da substância do valor. Como os trabalhadores são despojados de meios de produção, cabe ao capital assumir “o poder de comparar as mercadorias e organizar a sociabilidade das trocas, dividir as funções sociais e comandar a produção” (GRESPLAN, 2019, p. 87) e como ele depende de uma relação real para ancorar e dar sentido a esta relação, portanto ele ancora esta relação nos valores de uso e no trabalho concreto.

Nesse sentido, na produção generalizada de mercadorias, o caráter sensível - das substâncias no plano físico-fisiológico, ou seja, do dispêndio de energia dos trabalhadores-suprassensível - do plano social do capitalismo- da substância do valor é estabelecida justamente pela forma em que o capital consegue associar estes planos, não no sentido do seu conteúdo, mas na forma, ou seja, na forma social. O capital confere a forma social do próprio modo de produção um lastro sensível, portanto, ancora-se assim, um substrato material, não apenas como uma convenção social. (GRESPLAN, 2019).

Ao evocar os pressupostos estabelecidos sobre as mercadorias, compreende-se, portanto que, o valor de troca das mercadorias - como uma expressão do valor- inverte a lógica das satisfações das necessidades do ser social, haja vista que, transforma a forma suprassensível da mercadoria, que é uma riqueza não natural que não é necessária para a satisfação do ser social como a forma dominante de riqueza social. Portanto, “para ser valor-de-uso social e efetivo será necessário antes ser mercadoria” (ANTUNES, 2018, p;144).

Nesse conflito, o valor-de-uso da mercadoria representa a riqueza em sua forma sensível e natural, e o valor-de-troca a sua forma suprassensível, social e, sobretudo, autonomizada. Por isso, como a forma sensível e natural e a forma suprassensível e social da riqueza estão metafisicamente cindidas, será fundamental que a forma natural se converta antes em dinheiro para que se converta em forma social da riqueza. Sem essa conversão, os produtos não chegam até as mãos da sociedade e seu valor-de-uso natural é desperdiçado. Como o mundo da mercadoria é um mundo metafisicamente cindido e invertido, como os diferentes produtores individuais estão isolados e separados entre si pela divisão social do trabalho criada pela mercadoria, como os produtos destes diferentes produtores não se apresentam mais em sua forma natural e sensível como imediatamente utilizáveis, este mundo cindido e separado precisará ser reunido e unificado por um elemento metafísico comum a todos estes mundos, por um ente suprassensível chamado dinheiro. O dinheiro aparecerá diante dos sentidos destes produtores divididos e alienados entre si como aquele ente

sagrado e poderoso, como aquele ente extraordinário capaz de operar a redução metafísica da multiplicidade à unidade e da diferença à igualdade (ANTUNES, 2018, p.144).

Nesse sentido, quando uma coisa aparece como uma mercadoria, ela se transforma numa coisa sensível suprassensível. Estes produtos agora, aparecem sob uma forma fantasmagórica, cujos polos do sensível e do suprassensível, no concreto e do abstrato aparecem como pólos inversos, fetichizados. As mercadorias se apresentam, portanto, como feitiços, como coisas alheias ao próprio trabalho humano (ANTUNES 2018).

O mundo das mercadorias se apresenta como uma relação entre as coisas, em que x da mercadoria A vale y da mercadoria B. Para essa troca ambas as mercadorias devem ser distintas entre si e ao mesmo tempo que possuem algo em comum capaz de estabelecer uma relação de equivalência, que as equalize, tornando possível a troca entre equivalentes. Se o valor de uso tem a sua existência real fora da relação de troca, o valor garante a sua existência real na relação de troca, na sua forma mais real de manifestação de sua existência que é o dinheiro, como equivalente universal de todas as outras mercadorias, cujos poderes e feitiços são reais.

O dinheiro se apresenta no momento da troca como a igualdade jurídica, que assegura que todos aqueles que o tenham no bolso possam dividir uma parte da riqueza criada no mundo das mercadorias, o dinheiro, cujas propriedades naturais e sensíveis são inexistentes, torna-se “a pura indiferença e o nada suprassensível da riqueza diante do ente sensível mercadoria” (ANTUNES, 2019, p.149). Na circulação as relações de mercadorias ocultam positivamente suas origens sociais, ocultando a exploração e o próprio mais-valor criado pelas mercadorias.

A forma dinheiro consegue mascarar a verdadeira fonte do valor social do trabalho, e por isso, empurra o fetichismo da mercadoria para a sua forma extremada, ocultando a assimetria entre o valor pago em salário para os trabalhadores e o valor realmente produzido por eles. Na circulação, o fetiche oculta a verdadeira realidade social da produção de mercadorias, haja vista que disfarça as condições reais das relações sociais das quais as mercadorias emergem, apresentando as mercadorias como objetos alheios ao trabalho humano, regidas pelo mercado cujo poder de adquirir esses objetos está justamente na quantidade de dinheiro que possui em seu bolso.

### 2.3 A comida como produto do capitalismo

Sob a égide do modo de produção capitalista, a comida é uma mercadoria como qualquer outra (HOLT-GIMÉNEZ, 2017). Independentemente se esta seja um produto orgânico ou contaminado por agrotóxicos, ou se este é produzido em larga escala ou por pequenos produtores, a comida do ponto de vista deste modo de produção, é tão mercadoria quanto os vestuários, os carros ou outros produtos disponíveis no mercado para satisfazer as necessidades dos seres humanos. Como Marx (2013, p.157) determina no início do Livro 1 do O Capital, a

mercadoria é, antes de tudo, um objeto externo, uma coisa que, por meio de suas propriedades, satisfaz necessidades humanas de um tipo qualquer. A natureza dessas necessidades – se, por exemplo, elas provêm do estômago ou da imaginação – não altera em nada a questão.

Se a comida é uma necessidade vital para que os seres humanos consigam sobreviver, esta faz parte do núcleo de qualquer sociedade, visto que não é possível a sobrevivência da espécie humana sem que esta se alimente, e, também, sem que o dilema do onívoro seja evidenciado. Portanto, cabe salientar neste momento três questões relativas à comida e o capitalismo.

Primeiro, que, a comida em todos os modos de produção cuja exploração de seres humanos por seres humanos ocorreram, o acesso ao montante de alimentos produzidos se diferencia entre seus membros, em que, explorados obtiveram menos acesso ou o acesso privado a determinados montantes ou tipos de alimentos, e exploradores um acesso maior ou diferenciado no montante produzido. O que diferencia o capitalismo e o acesso à comida é justamente o sentido e a própria raiz da exploração capitalista, cuja centralidade do acesso à comida se dá por intermédio do dinheiro no mercado, cujos poderes fantasmagóricos deste já foram explicitados.

Segundo, se o dilema do onívoro é regulado pelas cozinhas, cuja gramática é regida pelo ser em sociedade, no capitalismo, a produção de alimentos, devida as capacidades técnicas e de exploração do trabalho, na aparência, soluciona grande parte dos problemas que em outros modos de produção exigiram grandes esforços do ser social para a produção e a satisfação de suas necessidades básicas. Se os esforços dos seres humanos se davam em torno da produção de alimentos e na superação do dilema do onívoro, no capitalismo, estes esforços se dão pelo desejo e pela necessidade de se adquirir parte da riqueza social produzida, por

meio do dinheiro nos mercados - cujos produtos disponíveis já estão estabelecidos pelos capitalistas, estandardizados.

Em terceiro, a comida, como já estabelecido anteriormente (Tabela 2) depende dos condicionamentos contextuais que se insere no tempo e no espaço. Nesse sentido, no capitalismo, as desigualdades fazem parte das raízes e do desenvolvimento do modo de produção, refletindo em todo o sistema alimentar, desde a produção, a distribuição, o consumo e o descarte.

Em consonância com esta análise, Albritton (2009) estabelece como as estruturas do capitalismo administram a comida e a agricultura como partes fundamentais do desenvolvimento do próprio sistema (Tabela 3). Deste modo, destaca-se que as profundas desigualdades existentes entre e nos sistemas alimentares no que tange a possibilidade ao acesso à alimentação não são anomalias destes sistemas, mas sim, partes constitutivas do desenvolvimento desigual do capitalismo, de suas bases estruturais.

De acordo com o autor, a centralidade do lucro para os capitalistas e seus enormes esforços em obtê-los fizeram com que fosse estruturado um sistema de provisionamento de alimentos cujas preocupações com a quantidade de capital gerado por meio da exploração negligenciaram as dimensões qualitativas da vida e do sistema de provisionamento alimentar, com custos sociais e ambientais muito altos.

Tabela 3- Comida, agricultura e capitalismo

<b>ADMINISTRAÇÃO DA COMIDA E DA AGRICULTURA PELAS BASES ESTRUTURAIS DO CAPITALISMO</b>	
<b>FATORES</b>	<b>CARACTERÍSTICAS</b>
<b>Capital orientado para o lucro</b>	<p>-As necessidades de acumulação de capital em curto prazo são privilegiadas, o que significa uma indiferença na preservação ambiental de longo prazo. Os custos ambientais e sociais da degradação do meio ambiente que compromete as futuras gerações são compartilhados pela sociedade, mas os lucros danosos são concentrados nos ganhos de empresas privadas.</p> <p>-A exposição da agricultura a fatores ambientais associados à inelasticidade da oferta e da demanda de alimentos torna este modelo particularmente resistente à regulação do mercado, nesse sentido, os preços podem subir facilmente, expondo milhões de pessoas a fome.</p> <p>-A tendência do capital de privatizar o lucro e socializar os custos pode deslocar estes custos em relação ao ambiente contaminado, a fome ou de alimentos insalubres aos contribuintes, ao passo que o capital continua a lucrar com estas mesmas despesas dos</p>

contribuintes.

**Capital, tempo e rapidez**

- O capitalismo é altamente dependente da velocidade em que as coisas são produzidas e consumidas. O aumento da velocidade necessária à acumulação torna a agricultura altamente dependente de insumos, ao passo de impedem a regeneração da própria natureza.

- A velocidade necessária também, pode apressar para que novos produtos químicos de insiram no regime alimentar sem testes adequados para a avaliação de sua toxicidade.

- O esgotamento dos trabalhadores pela intensificação do trabalho influi na sociabilidade e o convívio, onde comer juntos, ou até mesmo o ato de se cozinhar em casa são esforços que os trabalhadores tendem a substituir por soluções como os *fast foods*, em que o motivo e a solução tem prejudicado sua saúde.

**Capital, espaço e homogeneização**

- A partir da produção em massa e do consumo de massa a alimentação tende a se estandardizar espacialmente, em que as florestas são substituídas pela monocultura, e a comida fora do lar sendo povoada pelos *fast foods*, construindo assim um ambiente mais homogeneizado. Este processo está assentado nas exigências da produção em massa cujo alcance é global, sendo necessária também, a constituição de um consumo de massa capaz de realizar este operação.

**Capital e trabalhadores**

- Como a comida é uma necessidade básica dos seres humanos, fazendo parte, portanto, da cesta salário, quanto mais barato for à comida, menos os trabalhadores em geral precisam receber para realizarem suas refeições.

- O exército de reserva do capitalismo historicamente serviu, a partir da superexploração do trabalho, para equalizar nas necessidades do aumento do lucro dos capitalistas associado ao barateamento dos alimentos para a classe trabalhadora que não pertence a este exército, marcado pelas diferenças de classe, raça, gênero e pelo colonialismo.

- O trabalho exercido na agricultura capitalista, fisicamente mais exigente, mais perigoso e sazonal pelos trabalhadores tende a ser menos remunerado, e sua relação com o capitalista mais vulnerável.

**Capital e subconsumo**

- O capital trava uma contradição fundamental. Ao passo que este pode aumentar seus lucros pagando menos aos trabalhadores, caso os trabalhadores recebam um montante baixo demais em que não possam se inserir no mercado e comprar os produtos que o capital produziu em massa, este processo pode gerar uma crise por subconsumo.

- O barateamento do montante gasto pelos trabalhadores com sua alimentação está diretamente associado a dois movimentos, o primeiro, que este pode realocar seus gastos para o consumo de outras mercadorias, o segundo, a queda do preço das commodities agrícolas é altamente destrutivo a agricultura familiar cujas flutuações dos preços bem como o encarecimento dos insumos agrícolas podem levar à falência destes pequenos produtores.

**Capital, oligopólio e homogeneização**

- O capitalismo em geral tem a tendência de formar unidades cada vez maiores. Nesse sentido, como os obstáculos naturais e as possíveis imprevisibilidades do lucro da agricultura, o capital, com algumas exceções em torno de certas *commodities*, tende a centralizar o capital menos na agricultura propriamente dita, mas sim no processo de fornecimento de insumos e sementes a agricultores ou no transporte, processamento e



varejo dos alimentos. Este processo torna os produtores dependentes do circuito do capital, ficando com o “trabalho sujo” de produzir e a maior parte dos possíveis lucros com os grandes capitalistas.

- O grau de concentração nas outras esferas que não da produção agrícola em si, proporciona lucros ainda maiores para os capitalistas, visto que, estes produtos são os principais ingredientes dos alimentos processados como as carnes, os refrigerantes e os *fast foods*. Nesse sentido, essa alta concentração de poder na determinação daquilo que chega aos mercados associado ao marketing e também a determinação daquilo e como será plantado, impactam diretamente a vida e a saúde dos seres humanos e o meio ambiente.

- Este forte empreendimento é marcado então pelos oligopólios e os monopólios que têm capilarizado toda a produção agrícola global para ganhos cada vez maiores de lucros. Este processo global está associado com o desenvolvimento de instituições financeiras, com as políticas Estatais que possibilitaram sua expansão, bem como com as crescentes necessidades do alcance global das indústrias para obter recursos mais baratos, a sistemas mais informatizados de produção, conservação e entrega de produtos globalmente, aos enormes custos com marketing e propaganda. Os monopólios e os oligopólios, portanto, conseguem mais facilmente, quando necessário, repassar para os consumidores o aumento dos custos de produção.

**Capital e  
subjetividade**

- Como a propriedade privada e o lucro estão no centro da vida econômica das pessoas no capitalismo, isso promove um individualismo possessivo. O capitalismo incentiva que os indivíduos ou os grupos de indivíduos privados a expandir impiedosamente seus lucros e seu poder econômico, rompendo com o senso de comunidade e de solidariedade. Ao passo da incorporação dessa subjetividade alienante marcada pelo individualismo excessivo, o capital promove cada vez mais a própria objetificação dos sujeitos, ou seja, o resultado deste processo é a inversão entre o sujeito/objeto, em que, embora a maioria das pessoas que produzem alimentos no mundo, por exemplo, não pode pagar por uma dieta saudável, cuja resposta do capitalismo é que a culpa desta própria condição é do sujeito, a culpa é do indivíduo.

---

Fonte: Elaborado pelo autor a partir do pensamento de Albritton (2009).

Pode-se perceber que a comida ganha características que são próprias deste modo de produção, o que não significa que todas suas dimensões foram mercadorizadas. As determinações do capitalismo não necessariamente consegue capilarizar todos os sentidos da vida do ser social em torno de sua economia.

Como não há um capitalismo puro que consiga mover todos os esforços do ser social em um único sentido e muito menos uma racionalidade intrínseca que move e gere o mercado e seus participantes na realidade concreta, as contradições criadas nesse modo de produção determinam um desenvolvimento desigual e também criam diferentes relações entre o mundo das mercadorias e as outras esferas da vida social (ALBRITTON, 1995).

Nesse sentido, se na produção capitalista a tendência é real no que tange a criação de unidades cada vez maiores, comandadas por um pequeno grupo de empresários privados, no consumo, as possibilidades e as múltiplas determinações que levam as pessoas a comprarem

mercadorias são infindáveis. O valor de uso e o consumo, portanto, são importantes elementos que constituem não somente as motivações, mas também, um campo de objetivações e subjetivações que são próprias das relações capitalistas.

Como o consumo final da produção de mercadorias envolve necessariamente a saída de seu valor do circuito do capitalismo, seu papel então não é mais definido apenas pela lógica interna do capital, ou seja, a criação do valor de troca é distinta da criação social do valor de uso das mercadorias (FINE, 2005). Isso significa que o consumo e a cultura são importantes campos de disputa para dar sentido a mercadoria. Portanto, cabe ao capital, compreender os sentidos já empregados e associa-los ao imperativo de sua lucratividade, seja nas propriedades físicas dos alimentos, mas também nas propriedades sociais da mercadoria.

#### **2.4 Neoliberalismo e dependência: comida e o valor da força de trabalho**

O neoliberalismo como modo de existência do capitalismo atualmente (SAAD FILHO, 2011b) nasce após a Segunda Guerra Mundial nos países da América do Norte e da Europa como uma teoria e política contra o bem-estar, a ideia de um Estado intervencionista, a limitação dos mercados, e a noção de liberdade econômica e política (ANDERSON, 1995).

Como sistema emergiu a partir da década de 70 em resposta as políticas de bem-estar social e com o declínio do Bloco Soviético (SAAD FILHO, 2011b). Para tanto, o neoliberalismo se baseou em um Estado forte, no sentido do controle do movimento sindical e do dinheiro, e ao mesmo tempo, débil na intervenção econômica e nos gastos social, o que provocou profundas desigualdades sociais, o enraizamento político e ideológico de sua teoria, principalmente nos países desenvolvidos (ANDERSON, 1995), recompondo a ordem capitalista a partir de sua ordem. Esta nova ordem ordenada pelo “capitalismo como sistema mundial [que] se estrutura de maneira heterogênea, entre centros, semiperiferias e periferias” (OSÓRIO, 2012a, n.p., acréscimo nosso).

De acordo com Osório (2012a), essa dinâmica se estabelece principalmente a partir da relação entre os núcleos econômicos-espaciais, que tem a capacidade de se apropriar do valor produzido em outras extensões espaciais – econômicas dependentes. Nesse sentido, as relações dentro deste sistema, assentado num modelo de divisão internacional do trabalho, tem implicações entre o valor em geral, mas também na especialidade da produção de valores de uso, sejam eles valores de uso para o consumo produtivo, de bens suntuários ou das

necessidades básicas, sendo modificado através das condições históricas, como padrões de reprodução do capital.

Este processo significa que o desenvolvimento dos países centrais, necessariamente implica o subdesenvolvimento de outros, conformando nas periferias um capitalismo de outra ordem, na qual, devido aos mecanismos de transferência de valor para o centro, a acumulação de capital internamente necessita compensar este processo através da apropriação por meio da superexploração do trabalho. Ou seja, de se apropriar do valor socialmente necessário para a reprodução da força de trabalho, por meio do pagamento de salários inferiores a realização de suas necessidades (MARINI, 2011; AMARAL, CARCANHOLO, 2012).

O atual modo de reprodução do capital vivenciado tanto no Brasil quanto nos demais países da América Latina é caracterizado por um padrão exportador de especialidade produtiva, na qual se privilegia a exportação de bens primários, principalmente agrominerais, e de certos bens secundários, incrementando o uso de novas tecnologias capazes de ampliar a exploração do trabalho e da natureza e se integrando às cadeias globais comandadas por empresas transnacionais (OSÓRIO, 2012b).

De acordo com Saad Filho (2015), este processo é comandado pelo processo de financeirização das sociedades capitalistas, comumente chamado de globalização, processo característico do Neoliberalismo. Nesse sentido, pode-se afirmar que o capital fictício, em suas mais distintas formas, é o que caracteriza o modo de produção capitalista atualmente, na qual as finanças controlam toda a reprodução da vida social, ou seja, as relações entre capital, trabalho, sociedade e Estado, em torno de seus interesses. Nesse sentido, o posicionamento em que se encontra o processo de financeirização “[...] apoiou o surgimento de toda uma gama de instrumentos de capital fictício, a expansão de atividades puramente especulativas e o crescimento explosivo das recompensas para os capitalistas [...], sustentadas por um aumento significativo da taxa de exploração” (p.66).

A reestruturação da acumulação teve como resultado o aumento do poder das corporações em todo o globo e a integração de forma estrutural entre produção e finanças que se reproduzem a partir da lógica neoliberal de financeirização (SAAD FILHO, 2015). De fato, ao passo do processo de financeirização da sociedade como um todo, houve o processo da conformação de um sistema alimentar global, comandado pelo capital financeiro o qual coordena os processos tanto de especulação, mas, ao mesmo tempo, de todo o sistema de provisionamento de alimentos.

A articulação entre o capital financeiro e o produtivo nos sistemas alimentares pode ser evidenciada principalmente através da sua abertura de capital, em todos os seguimentos do sistema de provisionamento, nos setores de máquinas e equipamentos agrícolas, de agrotóxicos, papel e celulose, açúcar e álcool, alimentos industrializados e ultraprocessados e no varejo (NIEDERLE, WESZ JÚNIOR, 2018).

A financeirização dos sistemas alimentares tem como consequência o reordenamento da produção que, ao invés da produção de comida, privilegia as *commodities* para os mais diversos usos, como é o exemplo das *flex crops* (BORRAS JUNIOR, et. al., 2016); o aumento dos contratos futuros de *commodities* agrícolas (NIEDERLE, WESZ JÚNIOR, 2018); o aumento do preço dos alimentos em nível mundial, cuja volatilidade está mais ligada à especulação financeira do que fatores ambientais (BELIK, 2018); o aumento da financeirização da terra e da natureza, como o *land grabbing*, o *green grabbing* e o *water grabbing* (SAUER; BORRAS JUNIOR, 2016); acentuando, portanto, a ruptura metabólica (ESSEX, 2016), ou seja, da desestabilização da relação entre o ser social e a natureza em favor da acumulação capitalista (FOSTER, 2015).

O processo de financeirização e da inserção de empresas transnacionais no abastecimento alimentar brasileiro fizeram com que as redes de grandes supermercados sejam os principais veículos de realização do consumo. Com efeito, acarretando na diminuição dos modelos e práticas convencionais de comercialização; o aumento da disponibilidade de alimentos industrializados; a incorporação de todos os segmentos da alimentação, higiene e limpeza e de utilidades domésticas em um mesmo local; a diminuição da regulação e dos sistemas públicos de abastecimento (GOMES JÚNIOR, PINTO, LEDA, 2016). A espacialização dos supermercados associado ao aumento do crédito das famílias possibilitaram o acesso a mercadorias de uma forma muito mais rápida, em que tudo que é desejado está à mão e a margens de lucro cada vez maiores do setor<sup>1</sup> (FINE, 2006).

O incremento de bens até então considerados suntuários ao cotidiano dos brasileiros convive, ao mesmo tempo, com a continuidade do processo de superexploração do trabalho da maior parte da população brasileira (LUCE, 2013). Isso significa que, apesar das mudanças ocorridas nos últimos anos, pelo menos até 2014, e depois, diminuindo com o agravamento da

---

<sup>1</sup> Fine (2006) destaca que os supermercados tem um papel cada vez maior na definição do preço praticado, influenciando no processo de produção, tanto de grandes corporações, mas, principalmente na determinação da produção e do preço de médios e pequenos produtores.

crise brasileira de melhoria das condições de vida da população brasileira, o esforço que deve ser despendido para satisfazer suas necessidades seja nas desigualdades internas ou ao se comparar com os países desenvolvidos, fica evidente que nem todos participam deste jogo, e nem todos jogam da mesma forma.

Como pode ser estabelecido através da Tabela 4, houve uma constante diminuição dos preços dos alimentos nas últimas cinco décadas no Brasil, mas, no período mais recente, o aumento da participação nas despesas de consumo relativa à alimentação fora do domicílio. Apesar do aumento da alimentação fora do domicílio, destaca-se a desaceleração da participação dos rendimentos médios entre a POF 2008-2009 e a 2017-2018, com variação de 1,7%, que pode ser explicado pelo processo de crise brasileira e a disparidade entre os rendimentos da maioria da população e o aumento do preço praticado na alimentação fora do lar em relação com a diminuição do preço da alimentação no domicílio, principalmente a partir de 2017 (Gráfico 1).

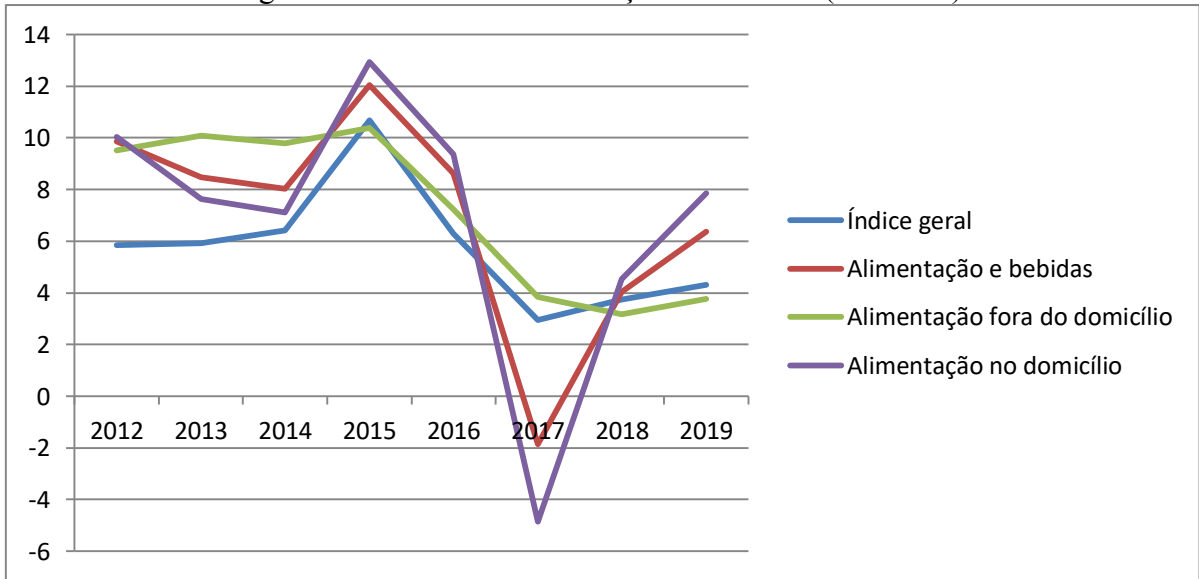
O Gráfico 2 demonstra uma relativa instabilidade nos preços dos alimentos em relação ao índice geral da inflação, uma característica pertencente à condição de dependência da economia brasileira, em que se privilegia o padrão exportador de especialidade produtiva a um sistema capaz de oferecer alimentos com preços mais estáveis. Ao passo da instabilidade do preço dos grupos de alimentos, o Gráfico 3 demonstra que a instabilidade dos produtos ultraprocessados é menor e com a tendência de queda, o que propicia uma maior constância de seu consumo e ao mesmo tempo possibilita a substituição de alimentos *in natura* ou minimamente processados em períodos de aumento do preço.

Tabela 4- Evolução das despesas com alimentação no Brasil

<b>Média das despesas com alimentação no Brasil.</b>			
<b>Pesquisa</b>	<b>Participação média da alimentação nas despesas de consumo monetárias e não monetárias(%).</b>	<b>No domicílio (%)</b>	<b>Fora do domicílio(%)</b>
ENDEF 1974-1975	33,9	-	-
POF 1987-1988	25,35	-	-
POF 1995-1996	23,58	-	-
POF 2002-2003	20,8	75,9	24,1
POF 2008-2009	19,8	68,9	31,1
POF 2017-2018	17,5	67,2	32,8

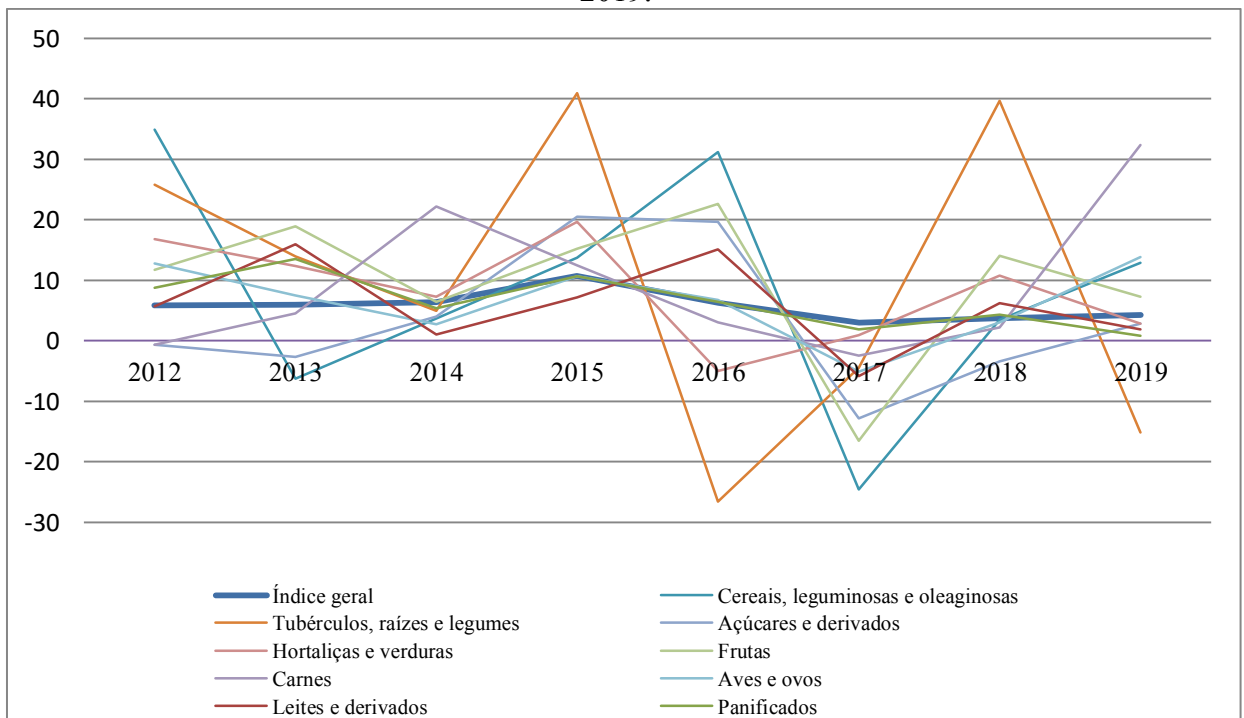
Fonte: IBGE (2011, 2019a), elaborado pelo autor.

Gráfico 1- Índice geral do IPCA e da alimentação acumulado (12 meses) entre 2012-2019.



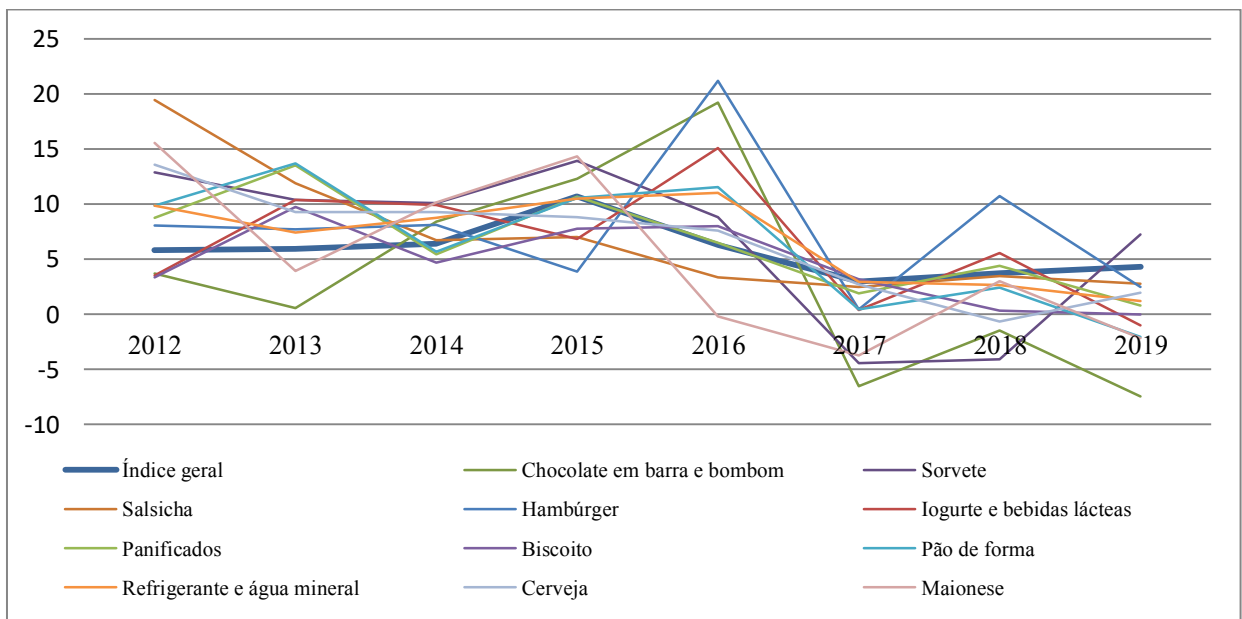
Fonte: IBGE (2020), elaborado pelo autor.

Gráfico 2- Índice geral do IPCA e da Grupos de alimentos acumulado (12 meses) entre 2012-2019.



Fonte: IBGE (2020), elaborado pelo autor.

Gráfico 3- Índice geral do IPCA e alimentos ultraprocessados selecionados acumulado (12 meses) entre 2012-2019.



Fonte: IBGE (2020), elaborado pelo autor.

Os efeitos da situação de dependência e da desigualdade também podem ser analisados a partir das disparidades regionais, por situação do domicílio e por grupos de rendimento<sup>2</sup> dos comensais brasileiros. De acordo com a POF 2017-2018 (IBGE, 2019a) a estimativa da despesa média mensal familiar dos brasileiros é de R\$ 4.649,03, sendo no urbano 7,2% maior e no rural 45,3% inferior à média nacional. Em relação às discrepâncias regionais, Centro-oeste com a despesa média de R\$ 5.762,12; Sudeste R\$ 5.415,49; Sul R\$ 5.102,73; Norte R\$ 3.178,63; e Nordeste R\$ 3.166,07.

Os dados da POF (IBGE, 2019a) revelam outros importantes elementos do atual cenário brasileiro. Ao considerar somente as despesas médias de consumo – 81,0% das despesas médias nacionalmente- estima-se o valor de R\$ 3.764,51- sendo no urbano a média de R\$ 4.020,98 e no rural R\$ 2.158,83. Conforme podem ser estabelecidas através da Tabela 5, as despesas com habitação, transporte e alimentação são as que mais comprometem a renda média dos brasileiros, sendo que no urbano estes gastos somados compreendem 72,2% das despesas de consumo - sendo 71,9% no urbano e 74,7% no rural. Nota-se que os gastos mensais com alimentação no urbano (16,9%) são inferiores no rural (23,8%), o que resulta em

<sup>2</sup> Cabe salientar que a divisão em grupos de rendimentos na presente dissertação não reforça a ideia da criação de uma “nova classe média” brasileira, a utilização de grupos de rendimentos tem como objetivo relevar justamente o processo de desigualdade social no Brasil, como efeito do processo da dependência brasileira e que, ocasiona diferentes possibilidades de acesso a mercados.

uma média de R\$ 513,80 reais de despesas com a alimentação familiar no rural e R\$ 679,55 no urbano.

Tabela 5- Distribuição da despesa de consumo monetária e não monetária média mensal familiar, por tipos de despesa de consumo, segundo a situação do domicílio e as Grandes Regiões no período de 2017-2018.

<b>DESPESAS MÉDIAS FAMILIARES DE CONSUMO NO BRASIL</b>								
<b>TIPOS DE DESPESA*</b>	<b>SITUAÇÃO DO DOMICÍLIO E GRANDES</b>							
	Brasil	Urbano	Rural	NO**	NE**	SD**	SU**	CO**
<b>Alimentação</b>	<b>17,5</b>	<b>16,9</b>	<b>23,8</b>	<b>21,0</b>	<b>22,0</b>	<b>15,8</b>	<b>17,1</b>	<b>16,6</b>
Habituação	36,6	37,1	30,9	36,4	32,4	39,0	35,7	33,4
Transporte	18,1	17,9	20,0	16,6	16,2	17,5	20,6	21,0
Outras despesas	27,8	28,1	25,3	26,0	29,4	27,7	26,6	29,0
Total (%)	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Fonte: IBGE (2019a), adaptado.

\*Distribuição das despesas de consumo monetária e não monetária média mensal (%)

\*\* NO: Norte; NE: Nordeste; SD: Sudeste; SU: Sul; CO: Centro-Oeste.

Há de se notar também que a despesa relativa à alimentação diminuiu no período recente (Tabela 6), quando comparado os dados da ENDEF 1974-1945, a POF 2002-2003, POF 2008-2009 e POF 2017-2018. Os dados tem demonstrado que na ENDEF 1974-1975 as despesas com alimentação eram de 30,1% no urbano e de 53,2% no rural, contrastando com os resultados atuais da POF 2017-2018. Nota-se que a redução relativa aos gastos com alimentação no urbano de maior relevância ocorreram entre a ENDEF e a POF 2002-2003, com uma diminuição de 35% destas despesas no urbano – uma média de 1,29% ao ano- e 36% no rural- média de 1,34% ao ano. Já no rural nota-se a diminuição mais relevante entre a POF de 2002-2003 e a de 2008-2009, com a redução de 19,06% dos gastos, uma média de 3,17% ao ano, ao passo da relativa estabilidade nos gastos no urbano neste mesmo período.

Tabela 6- Participação na despesa de consumo monetária e não monetária média mensal familiar, no ENDEF e na POF, por situação do domicílio, segundo os tipos de despesas selecionadas- Brasil- 1974/2018

<b>Tipos de despesas selecionadas</b>	<b>Participação na despesa de consumo monetária e não monetária média mensal familiar, por situação do domicílio</b>	
	Urbana	Rural



	ENDEF	POF			ENDEF	POF		
	74-75	02-03	08-09	17-18	74-75*	02-03	08-09	17-18
<b>Alimentação</b>	<b>30,1</b>	<b>19,6</b>	<b>19,0</b>	<b>16,9</b>	<b>53,2</b>	<b>34,1</b>	<b>27,6</b>	<b>23,8</b>
Habituação	32,7	36,1	36,4	37,1	17,8	28,7	30,6	30,9
Transporte	11,9	18,5	19,5	17,9	7,5	17,9	20,6	20,0
Assistência à saúde	4,1	6,5	7,3	8,0	5,0	5,4	6,5	8,0
Educação	2,6	4,3	3,2	4,9	0,9	1,5	1,3	2,3
Outros	18,7	14,9	14,6	15,2	15,5	12,5	13,5	14,9

Fonte: IBGE (2019a).

\*Exclusiva a área rural das Regiões Norte e Centro-Oeste

Apesar da diminuição das despesas relativas à alimentação no geral, nota-se que a concentração da renda no Brasil é alta. A concentração e a composição média dos rendimentos mensais dos Brasileiros podem ser evidenciadas através da Tabela 7, nas quais a população é dividida a partir de sete grupos de rendimentos e também geograficamente a partir das regiões. Cerca de 23,9%, ou seja,  $\frac{1}{4}$  da população -44,8 milhões de pessoas ou 16,5 milhões de famílias-, vivem com até R\$ 1.908,00, o que resulta na contribuição de apenas R\$ 297,18 da apropriação dos rendimentos, cuja média global é de R\$ 5.426,70, cerca de 5,5% da média. Ao pensarmos o acumulado dos três primeiros grupos de rendimento, cerca de 73,0% das famílias brasileiras -147,8 milhões de pessoas ou 50,4 milhões de famílias- ou seja, quase  $\frac{3}{4}$  da população, que vive com até R\$ 5.724,00 reais, o acumulado é de apenas R\$ 1.958,71 da média global, cerca de 36,1%. Se incluirmos o estrato de rendimento de R\$ 9.540,00, ou seja, 87,0% da população, a apropriação dos rendimentos por esta parcela da população é de R\$ 2.942,66, ou seja, 54,2% da média global. Isso significa que, 13,0% da população brasileira detêm 46,8% da média de rendimentos, ou seja, R\$ 2.484,04 da média global. Ao analisar apenas o grupo de rendimentos igual ou superior a R\$ 23.850,00, que compreende 2,7% da população se apropria de 19,9% dos rendimentos médios globais, o que equivale a R\$ 1.080,26.

Tabela 7 - Rendimento total e variação patrimonial médio mensal familiar acumulado, por classes de rendimento total e variação patrimonial mensal familiar, segundo a situação do domicílio e as Grandes Regiões - período 2017-2018

Situação do	Rendimento total e variação patrimonial médio mensal familiar acumulado	
	Total	Classes de rendimento total e variação patrimonial mensal familiar

<b>domicílio e Grandes Regiões</b>		Grupo1*	Grupo2*	Grupo3*	Grupo4*	Grupo5*	Grupo6*	Grupo7*
<b>Valores acumulados (R\$)</b>								
<b>Total</b>	<b>5426,70</b>	<b>297,18</b>	<b>737,62</b>	<b>1958,17</b>	<b>2942,66</b>	<b>3654,11</b>	<b>4346,44</b>	<b>5426,70</b>
Urbana	5806,24	265,93	688,60	1959,41	3034,63	3826,54	4600,42	5806,24
Rural	3050,49	492,81	1044,53	1954,37	2366,89	2574,60	2756,29	3050,49
NO**	3647,70	456,18	932,97	1917,51	2537,62	2880,09	3265,60	3647,70
NE**	3557,98	464,37	981,24	1923,25	2461,85	2815,51	3164,73	3557,98
SD**	6391,29	219,56	633,50	1982,31	3150,92	4047,36	1884,55	6391,29
SU**	5995,55	193,48	577,71	1970,78	3325,07	4267,48	5070,26	5995,55
CO**	6772,86	232,99	645,17	1958,94	2995,02	3746,41	4836,74	6772,86
<b>Percentual acumulado das famílias (%)</b>								
<b>Total</b>	<b>100,0</b>	<b>23,9</b>	<b>42,5</b>	<b>73,0</b>	<b>87,0</b>	<b>93,4</b>	<b>97,3</b>	<b>100,0</b>
Urbana	100,0	20,9	38,7	70,3	85,5	92,6	97,0	100,0
Rural	100,0	42,5	66,2	90,2	96,3	98,2	99,3	100,0
NO**	100,0	39,1	59,5	85,0	93,8	96,8	99,0	100,0
NE**	100,0	39,4	61,6	86,0	93,6	96,8	98,9	100,0
SD**	100,0	16,4	33,8	67,1	83,6	91,7	96,4	100,0
SU**	100,0	14,8	30,8	65,1	84,3	92,8	97,4	100,0
CO**	100,0	17,6	34,9	67,6	82,3	89,1	95,4	100,0

Fonte: IBGE (2019a), adaptado.

\* Grupo 1: até R\$1908 (incluindo pessoas sem rendimentos); Grupo 2: mais de R\$1908 a R\$2862; Grupo 3: mais de R\$2 862 a R\$5724; Grupo 4: mais de R\$ 5724 a R\$9540; Grupo 5: mais de R\$9540 a R\$14310; Grupo 6: mais de R\$14310 a R\$23850; Grupo 7: mais de R\$ 23850.

\*\* NO: Norte; NE: Nordeste; SD: Sudeste; SU: Sul; CO: Centro-Oeste.

Ao comparar a situação dos domicílios através de sua espacialidade entre urbano e rural, assim como entre as Grandes Regiões observa-se também uma disparidade entre os rendimentos acumulados pelas famílias em ambos os casos. No urbano, ao analisarmos os cinco primeiros grupos, ou seja, 92,6% da população observa-se que esta parcela da população urbana detêm apenas 65,90% dos rendimentos; no rural esta disparidade é ainda maior sendo que 66,2% da população cujos rendimentos são de até R\$ 2.862,00, detêm 34,24% do acumulado, e, quando somado a população de rendimentos de até R\$ 5.724, 90,2% da população, seu rendimento acumulado é de 54,06%.

A concentração de renda no Brasil também influencia na média das despesas totais, visto que, se as médias de rendimentos da maioria da população Brasileira são inferiores ao valor médio acumulado de despesas, a participação dos estratos com maiores rendimentos têm

um peso maior do ponto de vista de despesas, apesar do número reduzido de família nestes estratos, como pode ser observado na Tabela 7. Ao considerar, por exemplo, os dois primeiros grupos de rendimentos, 42,5% da população o acumulado das despesas familiares é se cerca de R\$ 788,90. Destaca-se que os 2,7% das famílias cujos rendimentos são maiores de R\$ 23.850,00 estes representam 15,6% do valor acumulado da média de despesas mensais das famílias brasileiras.

Tabela 8 - Contribuição dos grupos de rendimento para a despesa total média mensal familiar e percentual acumulado das famílias, por classes de rendimento total e variação patrimonial mensal familiar - Brasil - período 2017-2018

Grupos de rendimento total e variação patrimonial mensal familiar	Contribuição dos Grupos de rendimento para a despesa total média mensal familiar e percentual acumulado das famílias	
	Valores acumulados (R\$)	Percentual acumulado das famílias (%)
<b>Total</b>	<b>4649,03</b>	<b>100,0</b>
Até R\$1908*	356,45	23,9
Mais de R\$1908 a R\$2862	788,90	42,5
Mais de R\$2 862a R\$5724;	1907,76	73,0
Mais de R\$ 5724 a R\$9540	2728,28	87,0
Mais de R\$9540 a R\$14310	3354,66	93,4
Mais de R\$14310 a R\$23850	3921,95	97,3
Mais de R\$ 23850.	4649,03	100,00

Fonte: IBGE (2019a), adaptado.

\* incluindo pessoas sem rendimentos

Outro dado que reforça esta ideia é a comparação entre os dois extremos dos grupos de rendimentos (Tabela 9), ou seja, da média dos tipos de despesa dos 23,9% das famílias com rendimentos de até R\$ 1.908,00 e os 2,7% das famílias do grupo de rendimento mais alto. Nota-se que, no que tange a alimentação, cuja média no Brasil é de 17,5% das despesas de consumo - 14,2% das despesas totais -, no primeiro grupo o número é menor somente que a média rural brasileira, sendo a mesma da média de despesas com a alimentação no Nordeste e próxima a média da Região Norte - cabe salientar que os dados têm identificado que tanto a população rural, a nordestina e a nortista cujos rendimentos são inferiores os mais baixos se comparado com a população urbana ou as demais Grandes Regiões, o que significa que proporcionalmente estas populações do primeiro grupo de rendimento estão concentradas

mais nestes locais, na qual pode ser também incluída a Região Norte-, já as despesas com alimentação do segundo grupo são de apenas 7,6%.

Tabela 9 - Distribuição da despesa monetária e não monetária média mensal familiar, por grupos extremos de rendimento total e variação patrimonial mensal familiar, segundo os tipos de despesas selecionadas - Brasil - período 2017-2018

Tipos de despesas selecionadas	Distribuição da despesa monetária e não monetária média mensal familiar (%)	
	Grupos extremos de rendimento total e variação patrimonial mensal familiar	
	Até R\$1908	Mais de R\$23850
Despesa total	100,0	100,0
Despesas correntes	96,6	87,0
<b>Despesas de consumo</b>	<b>92,6</b>	<b>66,3</b>
<b>Alimentação</b>	<b>22,0</b>	<b>7,6</b>
Habitação	39,2	22,6
Transporte	9,4	15,3
Aquisição de veículos	2,3	7,5

Fonte: IBGE (2019a), adaptado.

Outras informações que os dados revelam é que as despesas do segundo grupo de rendimento com aquisição de veículos é quase igual aos seus gastos com alimentação, o que significa que, em contraste com o outro grupo de rendimento, os esforços para a satisfação das necessidades biológicas ou do imaginário com a alimentação não comprometem seu orçamento da mesma forma, que em seu grupo extremo compromete quase  $\frac{1}{4}$  de seus rendimentos. Importante salientar as despesas de consumo compreendem a fatia de 66,3% dos rendimentos totais do segundo grupo, somando alimentação, transporte e aquisição de veículos, estas despesas são de 45,5%, já o primeiro grupo, somado estas três despesas, comprometem 70,6% do orçamento, cuja total relativo a despesas de consumo é de 92,6% dos seus rendimentos.

De acordo com a POF 2008-2009, 24,8% das famílias brasileiras obtiveram dificuldades de chegar ao fim do mês com os rendimentos monetários familiares neste período. Em relação à suficiência da alimentação adquirida, destaca-se que para 9,2% da população normalmente é insuficiente e para 26,3% às vezes é insuficiente. Apesar de que mais de 1/3 da população tenha assinalado a insuficiência em sua alimentação, destacam-se os resultados relativos à avaliação do tipo de alimento consumido, em que apenas 13% raramente consomem o tipo preferido, 51,8 assinalaram que nem sempre consomem o tipo preferido e 35,2% sempre consomem o tipo preferido (IBGE, 2010). Ao compararmos os

dados relativos à insuficiência monetária contidos na POF 2008-2009 e os dados preliminares sobre os rendimentos da POF 2017-2018, infere-se que há uma tendência da continuidade dessa assimetria entre os rendimentos médios e as necessidades alimentares.

Como pode ser percebido, este processo se deve por este descompasso, em que o capital de apropria deste fundo do consumidor, “contra o fundo de vida” (Luce, 2013, p.172), e o converte em um fundo de acumulação do capital, em que o que deveria ser convertido em salário, se converte em lucro, em que o consumo só pode ser alargado através do aumento do crédito e conseqüentemente o endividamento da classe trabalhadora. Este processo pode ser identificado pela assimetria entre a o Salário Mínimo Nominal e Necessário (SMN) para a reprodução da força de trabalho e o Salário Mínimo real, conforme a Tabela 10.

Tabela 10- Reajuste do Salário Mínimo real e o Salário Mínimo Nominal e Necessário

Período	Salário Mínimo (R\$)	Reajuste nominal	INPC (%)	Aumento Real (%)	SMN (R\$)
Mai/04	260,00	-	-	-	1.522,01
Mai/05	300,00	15,38	6,61	8,23	1.588,80
Abr/06	350,00	16,67	3,21	13,04	1.536,96
Abr/07	380,00	8,57	3,30	5,10	1.672,56
Mar/08	415,00	9,21	4,98	4,03	1.881,32
Fev/09	465,00	12,05	5,92	5,79	2.075,55
Jan/10	510,00	9,68	3,45	6,02	1.987,26
Jan/11	545,00	6,86	6,47	0,37	2.194,76
Jan/12	622,00	14,14	6,08	7,59	2.398,82
Jan/13	678,00	9,00	6,20	2,64	2.674,88
Jan/14	724,00	6,78	5,56	1,16	2.748,22
Jan/15	788,00	8,84	6,23	2,46	3.118,62
Jan/16	880,00	11,68	11,28	0,36	3.795,24
Jan/17	937,00	6,48	6,58	-0,10	3.811,29
Jan/18	954,00	1,81	2,07	-0,25	3.752,65
Jan/19	998,00	4,61	3,43	1,14	3.928,73

Fonte: Dieese (2019, 2020), adaptado.

## 2.5 Apontamentos sobre as transformações dos hábitos alimentares no Brasil

As transformações em torno da comida e o comer sempre fizeram parte do ser social, assim como a sua contradição entre neofobia e neofilia. Deste modo, elementos que hoje constituem as cozinhas nacionais ou as regionais, que parecem como estáticas durante o tempo tiveram suas composições transformadas e sua velocidade acelerada com o desenvolvimento da própria sociedade (FISCLHER, 1995).

O que diferencia a comida no Neoliberalismo de outros tempos é a velocidade na qual estas transformações vêm ocorrendo, principalmente em torno da constituição de discursos e modelos globalizados, principalmente no ocidente, dos sistemas de provisionamento de alimentos (FISCLHER, 1995). De acordo com Poulain (2004, p. 43) as transformações com a mundialização do sistema agroalimentar tem operado em três principais sentidos: “o desaparecimento de alguns particularismos, emergência de novas formas alimentares resultantes do processo de mestiçagem e difusão em escala transcultural de alguns produtos e práticas alimentares [...]”. Marcada pela exploração e pela substituição, a conformação da culinária brasileira a partir da contribuição indígena, dos africanos e dos portugueses fez parte desta multiplicidade que marcou a identidade do povo brasileiro e a conformação de ordenamentos e sistemas culinários de diversos níveis e formas no território (DÓRIA, 2014; DÓRIA, BASTOS, 2018).

O sistema de provisionamento de alimentos capitalista é mundializado e cosmopolita. A produção capitalista se baseia em uma quantidade restrita de variedades do mesmo produto transformada pela indústria em inúmeros outros produtos, disponíveis nas prateleiras dos supermercados ao lado de ingredientes, produtos pré-preparados ou prontos para o consumo importados de outros estandartes alimentares, o que significa um aumento da quantidade e variabilidade de produtos disponíveis aos consumidores ao passo do desaparecimento de variedades menos comerciais ou de difícil adaptabilidade sazonal.

A contradição entre a adaptabilidade dos sistemas culinários brasileiros e a conformação de um estandarte alimentar podem ser evidenciadas já nos meados do século XX, quando se configura a cesta básica brasileira pelo Estado, a partir do Decreto nº 399, de 30 de abril de 1938. O Decreto estabelece as quantidades mínimas necessárias para a reprodução da família e a garantia da adequação nutricional de seus hábitos alimentares, bem como os seus substitutos regionais (Tabela 11). Paralelo a construção desta política, há também a instalação de corporações internacionais, como a Nestlé e a Coca-Cola, juntamente com a utilização de alimentos industrializados nas políticas públicas de segurança alimentar.

Tabela 11- Grupos de alimentos e suas variações de acordo com a Lei nº 399 de 30 de abril de 1938.

<b>Grupo de Alimentos</b>	<b>Variações</b>
<b>I</b>	Carnes verdes; Carnes conservadas: Charque, Seca, Vento, Sol; Visceras; Aves; Peixes; Peixes conservados; Camarão; Caranguejo; Siri; Tartaruga; Caça; Mexilhões.
<b>II</b>	Queijo; Manteiga.
<b>III</b>	Banha; Toucinho; Óleos Vegetais.
<b>IV</b>	Cereais: Arroz; Milho.
<b>V</b>	Pão Francês; Farinhas: Mandioca, D'água; Lentilhas; Feijão; Fruta-pão; Massas; Raízes: Mandioca; Aipim; Batata; Batata doce; Inhame; Cará; Pão de milho.
<b>VI</b>	Leguminosas: Feijão, Ervilha; Lentilha; Guando; Fava.
<b>VII</b>	Ervas: Azedinha, agrião, alface, bertalha, caruru, acelga, couve, repolho, espinafre, nabiça, etc.; Frutas: Abóbora, abóbora d'água, chuchu, quiabo, jiló, pepino, maxixe, tomate, berinjela, etc.; Raízes: Cenouras, nabo, rabanete, beterraba, etc.
<b>VIII</b>	Frutas: Banana, laranja, tangerina, lima, caju, manga, abacate, abacaxi, mamão, sapotí, melancia, goiaba, figo, abricó do Pará, castanha do Pará, etc.
<b>IX</b>	Açúcar; Melado; Melaço; Rapadura; Mel.
<b>X</b>	Café; Mate.
<b>Grupo Essencial</b>	Leite.
<b>Extra</b>	Ovo.

Fonte: Brasil (1938); Dieese (2009), adaptado.

A incorporação de outros alimentos e o domínio de cadeias do sistema de provisão se intensificou entre 1950 e 1980, expressado pelo processo da industrialização por substituição de importação, a urbanização tardia e o pacote da Revolução Verde. Este processo foi associado à relativa diminuição dos preços dos produtos industrializados e da cesta salário para uma maior parte da classe trabalhadora urbana, ao passo da mitigação da fome no Brasil, através de uma dieta pouca variada e industrializada.

O modelo de produção e de abastecimento alimentar que foi se constituindo, e o novo imaginário urbano com as mudanças nas esferas, principalmente no consumo, tiveram alterações nesse período através das mudanças estruturais do capitalismo e do incremento nos incentivos estatais às empresas transnacionais e ao acesso a seus produtos. Deste modo, de acordo com Mondini e Monteiro (1994), no que tange a alimentação urbana, as principais transformações no período compreendido entre 1962 e 1988 foram: a redução do consumo de cereais e derivados, como feijão, raízes e tubérculos; o aumento no consumo de ovos, leite e derivados; a substituição da banha, do bacon e da manteiga por óleos vegetais e margarina; e no aumento do consumo de carnes, principalmente na segunda metade da década de 1970.

O aumento da população citadina e o acelerado desenvolvimento econômico do Brasil propiciaram para que o modelo e os desejos de consumo no país seguissem as tendências dos países desenvolvidos, principalmente dos EUA (BLEIL, 1998). Este processo foi intensificado com o modelo privatista da década de 1990 e a maior abertura comercial no Brasil e a diminuição dos preços relativos, que foram capazes de reduzir os preços de produtos importados, influenciando decisivamente as transformações no consumo (CARNEIRO, 2001).

Segundo a pesquisa elaborada por Diez-Garcia (2003), no Brasil, entre 1992 e 1995 o volume e diversidade das importações de alimentos industrializados cresceram 409%, destacando-se as preparações a base de cereais (538%), a base de cacau (1237%), produtos derivados de leite (970%), de bebidas, líquidos alcoólicos e vinagre (640%) e de preparações alimentícias (1193%). Processo refletido também na produção. O estudo da autora estabelece que, da década de 1980 a 1996, a produção de embutidos duplicou, sendo que a produção de salsichas foi multiplicada por 2,8 e a de linguiças por 2,3. Os congelados entre 1990 e 1996 tiveram um crescimento de 126%, os biscoitos 108%, os cereais em flocos 426%, salgadinhos 620%. Entre 1993 a 2003 a produção de cerveja aumentou 76% e a de refrigerantes em 90%.

A autora, ao comparar os resultados da POF 1987-1988 e a POF 1995-1996 demonstrou também a diminuição de gastos com carnes frescas e vísceras, de 17,13% para 12,97%; dos cereais, oleaginosas e leguminosas de 5,56% para 4,22%, dos açúcares e derivados de 4,4% para 3,4%; a diminuição do consumo de arroz em 16,56%; da farinha de trigo em 29,73%, do feijão em 15,56% e do leite 19,31%; assim como o aumento do consumo de frango em 16,56%, de carne bovina de primeira em 5,95%, de carne de segunda em 6,95%.

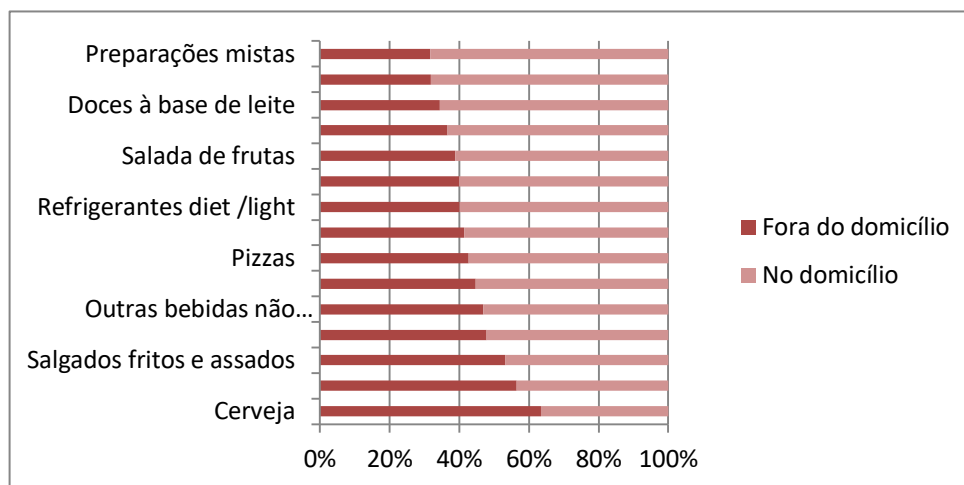
Em consonância com essa análise, Coelho et. al (2009) identificaram esta mesma tendência ao analisar os dados da POF 2002-2003. De acordo com os autores as mudanças do padrão do consumo da população foi acarretada pelas mudanças principalmente de renda da população, com a tendência para o aumento do consumo de queijos e carnes de primeira, e a diminuição de alimentos básicos, como o arroz e o feijão.

Neste sentido, pode ser identificado que o consumo de alimentos processados e de origem animal foi se tornando cada vez mais prevalente em detrimento aos alimentos *in natura* no consumo brasileiro. Conforme a POF 2008-2009, ao consideramos os 20 alimentos com maior prevalência no consumo dos brasileiros, destaca-se a presença de uma grande quantidade de produtos industrializados (Tabela 12). Os alimentos com maior prevalência



são: arroz (84%); café (79%); feijão (72,8%); pão de sal (63%), carne bovina (48,7%); sucos/ refrescos/ sucos em pó reconstituídos (36,8%); óleos e gorduras (37,8%); aves (27%); refrigerantes (23%); macarrão e preparações à base de macarrão (18,8%); ovos (16,3%); salada crua (16%); banana (16%); biscoito salgado (15,9%); queijos (13,5%); bolos (13,4%); milho e preparações (13%); salgados fritos e assados (12,5%). A tendência do consumo de ultraprocessados também foi verificada na prevalência da alimentação fora do domicílio, como demonstra o Gráfico 4.

Gráfico 4- Alimentos mais consumidos fora do domicílio 2008-2009



Fonte: IBGE (2011), elaborado pelo autor.

Em relação à prevalência por gênero, destaca-se uma relativa similaridade no consumo, principalmente de produtos industrializados e prontos para o consumo; em relação aos homens, estes tiveram uma prevalência superior no consumo de leguminosas, cereais, carnes, ovos, bebidas alcoólicas e refrigerantes; a prevalência em relação ao consumo de saladas, vegetais, frutas, café, sopas e caldos, panificados, laticínios, doces, sucos e refrigerantes light e diet foram maiores entre o público feminino. A análise do consumo por situação do domicílio e por Grandes Regiões evidencia o maior consumo de milho e preparações e feijão verde/corda, farinhas e peixes no rural, nas regiões Nordeste e Norte (exceto consumo de milho); o maior consumo no rural de macarrão, biscoitos salgados e doces, suínos e ovos; o maior consumo no urbano de carne bovina, aves, queijos e industrializados no geral; o maior consumo nas regiões Sul, Sudeste e Centro-Oeste de industrializados no geral, de tomate e da batata inglesa.

Tabela 12- Prevalência de consumo alimentar em relação ao total consumido, por gênero, por situação do domicílio e por Grandes Regiões, segundo os alimentos.

Alimentos	Prevalência do consumo alimentar (%)									
	Total	Masculino	Feminino	Urbano	Rural	NO*	NE*	SD*	SU*	CO*
Arroz	<b>84</b>	<b>85,6</b>	<b>82,5</b>	<b>84,1</b>	<b>83,5</b>	<b>76,9</b>	<b>80,3</b>	<b>88,5</b>	<b>78,5</b>	<b>89,8</b>
Arroz integral	3,7	3,6	3,8	3,7	3,6	8,1	4,6	2,5	2,6	5,2
Milho e preparações	<b>13</b>	<b>13</b>	<b>12,9</b>	<b>10,9</b>	<b>23,4</b>	<b>6,3</b>	<b>28,9</b>	<b>6,7</b>	<b>7,7</b>	<b>6,9</b>
Feijão	<b>72,8</b>	<b>77</b>	<b>68,8</b>	<b>73</b>	<b>71,8</b>	<b>57,7</b>	<b>67,1</b>	<b>80,4</b>	<b>63,8</b>	<b>83</b>
Feijão verde/corda	2,8	3	2,6	2,1	6,3	0,9	9,8	0,1	*	0,1
Preparações à base de feijão	3	3,3	2,7	2,7	4,2	3,5	6,6	1,6	0,7	1,2
Alface	<b>9,5</b>	<b>9</b>	<b>9,9</b>	<b>9,9</b>	<b>7,1</b>	<b>2,7</b>	<b>2,4</b>	<b>11,8</b>	<b>18,4</b>	<b>11,6</b>
Couve	6,6	6,1	7,1	7,1	4,4	2,5	4,1	8,7	6,6	8,4
Repolho	1,7	1,6	1,8	1,6	2,1	0,5	0,3	1,8	4,5	1,9
Salada crua	<b>16</b>	<b>14,9</b>	<b>17</b>	<b>17,1</b>	<b>10,2</b>	<b>10,2</b>	<b>10,6</b>	<b>17,8</b>	<b>18,2</b>	<b>27,4</b>
Outras verduras	2,5	2,1	2,9	2,7	1,5	1,1	0,6	3,5	3,5	3
Abóbora	2,1	2	2,1	1,7	3,8	1,2	2,1	2,3	1,1	3,4
Cenoura	1,8	1,6	2	2	1	0,7	0,6	2,3	3	1,9
Tomate	<b>9,7</b>	<b>10</b>	<b>9,4</b>	<b>10</b>	<b>8,2</b>	<b>3,6</b>	<b>4,7</b>	<b>12,2</b>	<b>11,8</b>	<b>16,1</b>
Outros legumes	5,7	5,7	5,7	6,1	3,6	1,6	1,8	8,5	6,1	7,3
Batata-inglesa	11	11,2	10,8	11,9	6,6	3,9	3,4	17,2	13,1	6,4
Mandioca	3	3,2	2,9	2,5	5,8	3	3,4	2	4,3	5,4
Açaí	0,9	1,1	0,8	0,7	2,2	9	0,4	0,4	-	0,1
Banana	<b>16</b>	<b>14,3</b>	<b>17,5</b>	<b>16,4</b>	<b>13,7</b>	<b>14,3</b>	<b>14,6</b>	<b>16,9</b>	<b>17,5</b>	<b>13,9</b>
Laranja	7,1	6,2	7,9	7	7,7	5,2	5,9	7,8	9,1	5,7
Maçã	6,9	5,5	8,2	7,7	3,1	4,7	3,7	7,6	11,9	7,7
Mamão	3,2	2,3	4	3,4	2	1,8	2,6	3,4	4,5	3
Manga	2,2	1,9	2,4	1,8	4,2	3,1	4	1,4	0,7	2,1
Tangerina	1,8	1,5	2,1	1,8	1,8	1,2	0,5	2,1	4	1,3
Outras frutas	5,1	4	6,1	5	5,4	5,6	4,9	5,1	5,9	3,9
Farinha de mandioca	<b>9,4</b>	<b>10,8</b>	<b>8,1</b>	<b>7,3</b>	<b>20,2</b>	<b>45,3</b>	<b>18,2</b>	<b>1,8</b>	<b>0,7</b>	<b>1,3</b>
Farofa	3,9	4,4	3,5	4,1	3,1	8,2	4,3	3,8	1,4	4,1
Cereais matinais	2,2	1,8	2,6	2,6	0,5	0,6	1,2	3	2,7	2,1
Massas	1,9	1,8	2,1	2,1	1,3	2	1,1	2,2	3,3	1
Macarrão instantâneo	1,7	1,5	1,9	1,9	0,7	1,4	1,2	2,1	1,4	2,2
Macarrão e preparações à base de macarrão	<b>18,8</b>	<b>19,7</b>	<b>17,9</b>	<b>18,7</b>	<b>19,2</b>	<b>16,7</b>	<b>22,7</b>	<b>14,8</b>	<b>25,6</b>	<b>15,8</b>
Pão de sal	<b>63</b>	<b>62,4</b>	<b>63,6</b>	<b>67</b>	<b>42,7</b>	<b>53,4</b>	<b>55</b>	<b>66,9</b>	<b>73,6</b>	<b>58,8</b>
Pão integral	1,9	1,3	2,4	2,1	0,9	2,1	1,3	1,5	4,3	1,6
Bolos	<b>13,4</b>	<b>11,8</b>	<b>14,9</b>	<b>13,1</b>	<b>14,8</b>	<b>11,9</b>	<b>11,1</b>	<b>13,5</b>	<b>16</b>	<b>17,7</b>
Biscoito doce	<b>9</b>	<b>7,8</b>	<b>10,1</b>	<b>8,8</b>	<b>10</b>	<b>6,8</b>	<b>9</b>	<b>9,1</b>	<b>10,1</b>	<b>8,9</b>
Biscoito salgado	<b>15,9</b>	<b>13,4</b>	<b>18,2</b>	<b>15,1</b>	<b>20,2</b>	<b>16,6</b>	<b>20</b>	<b>15,8</b>	<b>10</b>	<b>12,1</b>
Biscoito recheado	4,1	3,8	4,4	4,5	2,3	3,8	3,9	4,4	4,8	2,3
Pães, bolos e biscoitos <i>diet /light</i>	0,7	0,3	1,1	0,8	0,2	0,4	0,4	0,9	0,9	0,2
Carne bovina	<b>48,7</b>	<b>51,6</b>	<b>46</b>	<b>49,7</b>	<b>43,7</b>	<b>47,4</b>	<b>44,4</b>	<b>49,2</b>	<b>50,2</b>	<b>60,4</b>
Preparações à base de carne bovina	2,1	2,1	2,1	2,3	1,1	1,4	0,9	2,7	2,7	2,9
Carne suína	4,1	4,4	3,8	3,7	6,3	2,3	2	5	6,1	4,8
Aves	<b>27</b>	<b>27,4</b>	<b>26,7</b>	<b>27,8</b>	<b>23,2</b>	<b>26,8</b>	<b>29,7</b>	<b>25,4</b>	<b>26,5</b>	<b>27,6</b>
Preparações à base de aves	0,6	0,5	0,6	0,5	0,8	0,7	0,2	0,3	1,5	1,3
Peixes frescos e preparações	6,4	6,4	6,3	5,2	12,4	21,6	9,8	3,5	2,3	2,3
Carnes salgadas	2	2,2	1,9	1,7	3,6	2,6	5	0,7	0,7	0,8
Linguiça	5,3	6,1	4,6	5,6	3,7	2,9	2,7	7,9	4,4	4
Salsicha	3,1	3,5	2,8	3,3	2	1,7	2,5	4,3	2,8	1
Mortadela	4,3	4,7	3,9	4,3	4,1	2,2	3,5	3,9	8,3	3

Presunto	3,7	4	3,5	4,3	1,1	1,7	1,4	4,2	7,4	4,4
Outras carnes processadas	1,6	1,8	1,4	1,6	1,7	0,4	1	1,5	3,9	0,6
Visceras	2,2	2,2	2,2	2,3	1,8	2,7	2,7	1,7	2,3	2,1
Ovos	<b>16,3</b>	<b>17,9</b>	<b>14,7</b>	<b>15,4</b>	<b>20,7</b>	<b>16</b>	<b>22,4</b>	<b>14,6</b>	<b>12,2</b>	<b>11,3</b>
Leite integral	<b>12,4</b>	<b>11,8</b>	<b>13</b>	<b>12,2</b>	<b>13,6</b>	<b>6,9</b>	<b>11,9</b>	<b>12,5</b>	<b>13,8</b>	<b>17,1</b>
Leite desnatado	1,8	1,2	2,3	2	0,6	0,9	0,9	2,2	2,5	2,2
Leite em pó integral	1,1	0,9	1,3	1,1	1,2	4,6	2,5	0,1	0,1	0,1
Preparações à base de leite	2,5	2	2,9	2,4	3	5,9	3	2,3	0,9	1,6
Vitaminas	3,1	3,2	3	3,3	1,9	3,2	4,8	2,7	1,3	2,5
Queijos	<b>13,5</b>	<b>12,3</b>	<b>14,6</b>	<b>14,7</b>	<b>7,5</b>	<b>6,1</b>	<b>10</b>	<b>15,2</b>	<b>20,1</b>	<b>11,2</b>
Iogurtes	4,1	3,6	4,5	4,5	1,9	2,2	3,4	4,5	4,9	4,6
Laticínios <i>diet /light</i>	0,7	0,4	1,1	0,9	0,1	0,2	0,2	1,1	0,9	0,3
Chocolates	3,9	3,3	4,4	4,3	1,8	2,6	2	4,7	6,2	3
Achocolatados	2,7	2,8	2,7	3	1,1	1,7	0,9	3,8	3	3,4
Doces à base de leite	3,7	3	4,3	3,8	3,3	1,9	3	3,7	5,4	4,3
Doces à base de fruta	3	2,9	3,2	2,9	3,6	1,5	2,4	1,8	8,8	2,6
Sorvete/picolé	3,5	3,4	3,5	3,8	2,1	4,8	3,4	3,6	2,7	3,5
Mel/rapadura/açúcar de mesa e outros adoçantes	2,1	2,1	2,1	1,8	3,6	0,9	2,1	1,2	5,8	1,2
Outros doces	<b>11,7</b>	<b>10,1</b>	<b>13,2</b>	<b>11,6</b>	<b>12,4</b>	<b>13</b>	<b>12,6</b>	<b>11,2</b>	<b>12,8</b>	<b>8,3</b>
Doces <i>diet /light</i>	0,5	0,3	0,7	0,5	0,4	0,4	0,4	0,4	1	0,5
Óleos e gorduras	<b>37,8</b>	<b>36,6</b>	<b>38,9</b>	<b>40,4</b>	<b>24,4</b>	<b>36,5</b>	<b>31,9</b>	<b>43</b>	<b>39,6</b>	<b>27,1</b>
Óleos e gorduras <i>diet /light</i>	1	0,8	1,3	1,2	0,3	0,3	0,4	1,3	1,9	0,7
Cerveja	3	5	1,1	3,3	1,5	1,8	1,9	3,8	3,3	3,2
Vinho	0,7	0,9	0,5	0,7	0,8	0,2	0,1	0,8	1,6	0,6
Sucos/refrescos/sucos em pó reconstituídos	<b>39,8</b>	<b>38,8</b>	<b>40,7</b>	<b>41,1</b>	<b>33,1</b>	<b>41,6</b>	<b>40</b>	<b>39,5</b>	<b>39,8</b>	<b>38,6</b>
Refrigerantes	<b>23</b>	<b>24,8</b>	<b>21,2</b>	<b>25,2</b>	<b>11,4</b>	<b>19,7</b>	<b>16,1</b>	<b>27</b>	<b>25,2</b>	<b>24</b>
Refrigerantes <i>diet /light</i>	1,6	1,3	1,8	1,8	0,4	0,6	0,4	2,1	2,5	2,2
Bebidas lácteas com sabor e adoçadas	7,1	7	7,2	7,9	3,2	4,6	3,5	9,9	6,9	7,3
Café	<b>79</b>	<b>78,7</b>	<b>79,3</b>	<b>77,7</b>	<b>85,6</b>	<b>82,8</b>	<b>83,5</b>	<b>76,9</b>	<b>78,3</b>	<b>72,2</b>
Chá	6	4,3	7,6	6	6	3,3	2,7	4,7	16,7	7,1
Pizza	2,1	1,9	2,2	2,4	0,6	1,2	1	2,3	3,6	2,8
Salgados fritos e assados	<b>12,5</b>	<b>12,8</b>	<b>12,1</b>	<b>13,7</b>	<b>6,3</b>	<b>12,8</b>	<b>8,1</b>	<b>14,1</b>	<b>12,4</b>	<b>18,9</b>
Salgadinhos industrializados	0,8	0,6	0,9	0,8	0,7	0,4	0,6	0,8	1,3	0,5
Sanduíches	<b>8,3</b>	<b>8,9</b>	<b>7,7</b>	<b>9,5</b>	<b>2,2</b>	<b>5,5</b>	<b>4,4</b>	<b>10,2</b>	<b>12,3</b>	<b>6,7</b>
Sopas e caldos	<b>11,3</b>	<b>9,8</b>	<b>12,7</b>	<b>11,4</b>	<b>11</b>	<b>12,7</b>	<b>13,6</b>	<b>9,6</b>	<b>11,6</b>	<b>10,6</b>
Preparações mistas	2,9	3,1	2,7	3,2	1,4	2,2	2,2	3	4,3	3,1

Fonte: IBGE (2011), adaptado.

\*NO: Norte; NE: Nordeste; SD: Sudeste; SU: Sul; CO: Centro- Oeste

A centralidade do posicionamento dos sujeitos no acesso à alimentação também evidencia as diferentes formas em que o ser social se apropria da riqueza produzida e exerce o consumo, como demonstra a variação da aquisição domiciliar por grupos de rendimento na Tabela 13. Ao considerarmos os dois primeiros grupos de rendimentos, os produtos nos quais sua aquisição média é superior a média total são: os cereais e leguminosas; cocos e açaís; farinhas e féculas; carnes não especificadas, secas e de sol; pescados; leite fresco; rapadura; e aguardentes. A tabela também demonstra que os grupos com maiores rendimentos tem uma

média de aquisição superior em quase todos os produtos listados, sendo menores somente nos quais os grupos de rendimentos inferiores tem uma média de aquisição maior. Assim como nos produtos *in natura* quanto nos alimentos processados e ultraprocessados os grupos de maiores rendimento tem médias muito superiores aos outros grupos de rendimento.

Tabela 13- Variação da aquisição alimentar domiciliar per capita anual, por classes de rendimento total e variação patrimonial mensal familiar, segundo os produtos- 2008-2009.

Produtos	Variação da aquisição alimentar domiciliar <i>per capita</i> anual (%)							
	Total (kg/ano)	Total (%)	Classes de rendimento total e variação patrimonial mensal familiar (R\$)					Mais de 6 225
			Até 830 (1)	Mais de 830 a 1 245	Mais de 1 245 a 2 490	Mais de 2 490 a 4 150	Mais de 4 150 a 6 225	
Cereais e leguminosas	38,969	0%	<b>5%</b>	<b>7%</b>	6%	-7%	-9%	-23%
Cereais	29,414	0%	<b>3%</b>	<b>6%</b>	5%	-4%	-3%	-26%
Arroz não especificado	11,890	0%	<b>20%</b>	<b>7%</b>	0%	-14%	16%	-44%
Arroz polido	14,609	0%	-9%	<b>9%</b>	7%	7%	-18%	-19%
Leguminosas	9,555	0%	<b>11%</b>	<b>9%</b>	8%	-17%	-28%	-14%
Feijão-fradinho	1,174	0%	<b>79%</b>	<b>53%</b>	-11%	-65%	-63%	-68%
Hortaliças	27,075	0%	-43%	-16%	0%	21%	30%	<b>64%</b>
Hortaliças folhosas e florais	3,225	0%	-55%	-24%	-3%	30%	43%	<b>87%</b>
Hortaliças frutosas	12,595	0%	-40%	-15%	-2%	16%	25%	<b>70%</b>
Hortaliças tuberosas e outras	11,255	0%	-43%	-16%	3%	23%	31%	<b>49%</b>
Frutas	28,863	0%	-51%	-29%	-6%	24%	43%	<b>105%</b>
Frutas de clima tropical	24,842	0%	-48%	-27%	-5%	22%	39%	<b>99%</b>
Frutas de clima temperado	4,021	0%	-67%	-44%	-10%	34%	62%	<b>146%</b>
Cocos, castanhas e nozes	1,256	0%	<b>13%</b>	<b>14%</b>	<b>17%</b>	-33%	-35%	-23%
Cocos	1,189	0%	<b>17%</b>	<b>17%</b>	<b>21%</b>	-37%	-39%	-41%
Açaí (emulsão)	0,821	0%	<b>23%</b>	<b>34%</b>	<b>23%</b>	-43%	-66%	-59%
Castanhas e nozes	0,068	0%	-43%	-56%	-49%	24%	25%	<b>285%</b>
Farinhas, féculas e massas	18,093	0%	<b>17%</b>	<b>7%</b>	0%	-13%	-18%	-13%
Panificados	21,508	0%	-29%	-11%	-1%	15%	21%	<b>41%</b>
Carnes	25,418	0%	-30%	-13%	0%	19%	33%	<b>25%</b>
Carnes bovinas de primeira	6,073	0%	-53%	-29%	-6%	31%	58%	<b>87%</b>
Filé-mignon	0,133	0%	-94%	-74%	-61%	3%	-10%	<b>538%</b>
Carnes bovinas de segunda	6,888	0%	-12%	2%	6%	7%	1%	-9%
Carne não especificada	2,455	0%	<b>25%</b>	<b>14%</b>	4%	-24%	-14%	-39%
Carnes bovinas outras	4,074	0%	-7%	3%	-1%	3%	15%	-4%
Carne de sol	0,290	0%	<b>36%</b>	<b>7%</b>	-9%	-17%	-17%	-18%
Carne-seca	0,482	0%	<b>19%</b>	<b>25%</b>	-3%	-24%	-25%	-16%
Carnes suínas com osso e sem osso	2,314	0%	-46%	-26%	-11%	46%	<b>115%</b>	<b>10%</b>
Carnes suínas outras	3,237	0%	-34%	-16%	-4%	28%	<b>27%</b>	<b>46%</b>
Mortadela	0,827	0%	-11%	5%	3%	7%	-4%	-4%
Paio	0,012	0%	-100%	-83%	-83%	117%	167%	<b>300%</b>
Presunto	0,477	0%	-76%	-59%	-22%	58%	89%	<b>171%</b>
Salsicha comum	1,154	0%	-36%	-9%	2%	26%	13%	<b>33%</b>
Pescados	4,032	0%	<b>12%</b>	<b>6%</b>	-7%	-13%	-20%	26%

Pescados de água salgada	1,905	0%	-9%	-7%	-14%	2%	-8%	82%
Bacalhau	0,074	0%	-70%	-72%	-28%	45%	-9%	<b>308%</b>
Bagre fresco	0,056	0%	<b>121%</b>	-25%	20%	-68%	*	-93%
Parati fresco	0,013	0%	<b>115%</b>	-23%	38%	*	*	*
Pescada em filé congelado	0,028	0%	-86%	-64%	-46%	0%	<b>254%</b>	<b>246%</b>
Pescada em filé fresco	0,019	0%	-79%	-37%	-79%	<b>153%</b>	-63%	<b>274%</b>
Outros pescados em filé congelado	0,125	0%	-45%	-78%	-60%	-24%	23%	<b>456%</b>
Outros pescados em filé fresco	0,101	0%	-32%	-61%	-30%	13%	46%	<b>216%</b>
Pescados de água doce	1,571	0%	<b>33%</b>	<b>25%</b>	3%	-28%	-38%	-47%
Acará fresca	0,074	0%	<b>100%</b>	<b>47%</b>	8%	-92%	-82%	-99%
Lambari fresco	0,050	0%	<b>88%</b>	2%	-32%	-74%	144%	-80%
Aves e ovos	16,419	0%	-15%	-3%	2%	9%	6%	<b>11%</b>
Laticínios	43,707	0%	-42%	-18%	0%	23%	39%	<b>52%</b>
Creme de leite	0,384	0%	-76%	-55%	-16%	54%	84%	<b>156%</b>
Leite condensado	0,666	0%	-71%	-46%	-6%	43%	62%	<b>132%</b>
Leite de vaca fresco	9,792	0%	<b>1%</b>	<b>30%</b>	<b>16%</b>	-21%	-36%	-45%
Leite de vaca pasteurizado	25,641	0%	-55%	-29%	-1%	39%	62%	57%
Queijos e requeijão	2,154	0%	-69%	-51%	-20%	39%	<b>60%</b>	<b>191%</b>
Outros laticínios	3,120	0%	-59%	-32%	-11%	24%	<b>60%</b>	<b>132%</b>
Iogurte	2,051	0%	-56%	-32%	-6%	23%	<b>58%</b>	<b>110%</b>
Leite fermentado	0,718	0%	-73%	-37%	-26%	32%	<b>88%</b>	<b>185%</b>
Manteiga	0,273	0%	-37%	-19%	-16%	-6%	<b>1%</b>	<b>176%</b>
Doces e produtos de confeitaria	2,606	0%	-50%	-43%	-23%	16%	<b>54%</b>	<b>187%</b>
Bombom	0,201	0%	-69%	-60%	-21%	27%	<b>125%</b>	<b>182%</b>
Chocolate em tablete	0,173	0%	-83%	-71%	-28%	51%	51%	<b>270%</b>
Rapidura	0,121	0%	<b>40%</b>	<b>40%</b>	-12%	-13%	-62%	-54%
Sorvete	0,687	0%	-84%	-68%	-36%	30%	<b>91%</b>	<b>298%</b>
Mel de abelha	0,048	0%	-27%	-38%	-42%	52%	-23%	<b>190%</b>
Polpa de fruta	0,114	0%	-62%	-68%	-24%	20%	89%	<b>222%</b>
Sais e condimentos	5,437	0%	-23%	-10%	3%	9%	14%	31%
Óleos e gorduras	8,932	0%	-15%	-2%	3%	5%	9%	11%
Óleos	7,104	0%	-13%	0%	4%	3%	6%	8%
Azeite de oliva	0,178	0%	-74%	-43%	-29%	-4%	<b>100%</b>	<b>256%</b>
Óleo de soja	6,342	0%	-9%	4%	7%	3%	2%	-17%
Gorduras	1,828	0%	-22%	-10%	1%	13%	25%	22%
Banha de porco	0,135	0%	-9%	41%	15%	-10%	-50%	-49%
Bebidas e infusões	50,713	0%	-57%	-33%	-8%	32%	52%	<b>112%</b>
Bebidas alcoólicas	6,798	0%	-69%	-43%	-22%	35%	67%	<b>183%</b>
Aguardente de cana	0,188	0%	<b>19%</b>	<b>39%</b>	-14%	7%	-52%	-39%
Outras aguardentes	0,004	0%	<b>175%</b>	<b>125%</b>	-75%	0%	*	-100%
Cerveja	5,632	0%	-71%	-46%	-18%	39%	67%	<b>174%</b>
Vinho	0,731	0%	-76%	-50%	-44%	16%	75%	<b>307%</b>
Bebidas não alcoólicas	40,826	0%	-59%	-33%	-7%	34%	52%	<b>108%</b>
Água mineral	13,964	0%	-61%	-27%	-13%	31%	58%	<b>122%</b>
Refrigerante de cola	12,663	0%	-63%	-46%	-5%	46%	57%	<b>111%</b>
Bebida energética	0,061	0%	-89%	-70%	-44%	74%	118%	<b>241%</b>
Suco de fruta em pó	0,391	0%	-32%	-12%	3%	<b>37%</b>	13%	7%
Suco de fruta envasado	1,482	0%	-79%	-66%	-44%	15%	78%	<b>345%</b>
Outras	0,355	0%	-84%	-42%	8%	-26%	12%	<b>266%</b>
Cafés	2,590	0%	-10%	-6%	3%	-1%	7%	17%
Alimentos preparados e misturas industriais	3,506	0%	-61%	-49%	-17%	39%	<b>87%</b>	<b>138%</b>
Alimentos preparados	3,214	0%	-62%	-51%	-18%	36%	<b>91%</b>	<b>149%</b>

Alimento congelado	0,065	0%	-75%	-77%	-57%	48%	<b>71%</b>	<b>342%</b>
Batata frita	0,103	0%	-84%	-71%	-24%	43%	<b>78%</b>	<b>254%</b>
Carne-assada	0,119	0%	-66%	-46%	-29%	20%	<b>132%</b>	<b>178%</b>
Frango assado ou defumado	0,736	0%	-59%	-39%	3%	25%	<b>69%</b>	<b>91%</b>
Frango empanado	0,174	0%	-60%	-53%	13%	32%	<b>31%</b>	<b>105%</b>
Massa	0,517	0%	-78%	-67%	-44%	58%	<b>105%</b>	<b>249%</b>
Refeição	0,680	0%	-45%	-51%	-18%	33%	<b>93%</b>	<b>116%</b>
Salgadinho	0,258	0%	-74%	-52%	-22%	38%	<b>104%</b>	<b>176%</b>
Sanduíche	0,109	0%	-63%	-64%	-36%	9%	<b>268%</b>	<b>133%</b>
Outros	0,453	0%	-60%	-42%	-15%	39%	<b>77%</b>	<b>124%</b>

Fonte: IBGE (2011), elaborado pelo autor.

Conclui-se, portanto, que os dados relativos à POF corroboram com a ideia de Poulain (2004), no sentido de como tem sido operadas estas transformações. Observa-se que, apesar da diversidade cultural e geográfica no Brasil, há a constituição de um novo estandarte nacional, no qual se incorpora principalmente alimentos industrializados. Também é observada que esta nova variabilidade é realizada pelos estratos de maior renda, uma parcela da população consome com insuficiência ou não aquilo que deseja comer, quando analisadas as variações da aquisição de alimentos e das condições de vida.

Assim como no Brasil, a tendência do aumento do consumo de alimentos ultraprocessados também é identificada em demais países da América Latina. De acordo com a Organização Pan-Americana de Saúde (2018), na Tabela 14, de 2000 a 2013 no Brasil as vendas por quilo de ultraprocessados passaram de 86 para 112,3 quilos, um aumento anual de 2,1%. Na pesquisa, os países que tiveram crescimento médio anual superior à média da América Latina (1,8%) nas vendas de ultraprocessados são o Uruguai (7,2%), a Bolívia (6,6%), o Peru (5,8%), o Chile (3,7%), a República Dominicana (3,7%), o Brasil (2,5%) e o México (2%). Cabe salientar que, apesar do crescimento, em 2013 o Brasil (112,3 kg) tem um consumo médio inferior à média da América Latina (129,7 kg) e a Argentina, que obteve um recrudescimento anual de -0,3%, apesar das vendas serem 142% maior que a média da região (185 kg), sendo inferior apenas ao Chile (200,6 kg) e ao México (212 kg).

Tabela 14- Vendas per capita de alimentos e bebidas ultraprocessados em 13 países da América Latina, entre 2000 e 2013, por quilogramas e percentual de crescimento.

Países	Vendas (kg)		Crescimento (%)	
	2000	2013	Período	Anual
Uruguai	60,6	149,3	146,4	7,2
Bolívia	44,6	102,5	129,8	6,6
Peru	40,2	83,2	107,0	5,8
Chile	125,5	200,6	59,8	3,7
Republica Dominicana	70,3	96,6	37,4	2,5

<b>Brasil</b>	<b>86,0</b>	<b>112,3</b>	<b>30,6</b>	<b>2,1</b>
México	164,3	212,2	29,2	2,0
<b>América Latina</b>	<b>102,8</b>	<b>129,7</b>	<b>26,2</b>	<b>1,8</b>
Colômbia	73,7	92,2	25,1	1,7
Guatemala	90,7	113,5	25,1	1,7
Equador	73,4	87,9	19,8	1,4
Costa Rica	107,8	119,7	11,0	0,8
Venezuela	92,0	99,4	8,0	0,6
Argentina	194,1	185,6	-4,4	-0,3

Fonte: OPAS (2018), adaptado.

Como pode ser percebido, as próprias contradições e desigualdades estruturantes do capital fazem com que uma parcela significativa da população permaneça em margens muito estreitas do consumo, tanto no sentido da insuficiência alimentar quanto nos sentidos dos desejos. A perversa forma de produção, distribuição e da constituição de um imaginário em torno da comida, que privilegia estratos mais altos com o objetivo de capturar a maior quantidade de renda possível, criando nichos de mercado e novos modismos, operando a partir do fetiche, em que a utilidade da comida, tanto no sentido biológico quanto no sentido do prazer, são corrompidos em prol de uma cacofonia de sentidos dados pelo próprio capital. Ao passo da formação destas novas condições em que se definem o que é socialmente necessário, torna-se cada vez mais difícil delimitar o que é bom para comer e o que não é (BACA, 2017).

### **3 A CULTURA E O CONSUMO: o valor de uso e a cacofonia alimentar**

Independente dos significados atribuídos aos valores de uso para o consumo final, o que realmente constitui o consumo e como este se estrutura na economia e na sociedade é específico do modo de produção em que se encontra. Para Fine (2002) o consumo no capitalismo é caracterizado pela posição e pela atividade que o indivíduo exerce na sociedade, cuja interpretação envolve os objetos, as ideologias, a cultura e a identidade, mas, também, o consumo enquanto uma categoria econômica imediata, ou seja, para serem consumidas, as mercadorias devem ser primeiramente projetadas, produzidas, distribuídas, comercializadas, vendidas e compradas.

Como a finalidade da produção de mercadorias é a acumulação capitalista, ao circunscrever os objetos e serviços necessários para a reprodução humana no seu circuito, e

também ao comandar não somente a produção, mas também as relações sociais que envolvem a troca, o que é considerado como consumo e os valores de uso dos quais são possíveis de serem determinados são específicos deste modo de produção, o que significa que os sentidos atribuídos as mercadorias perpassam as determinações sociais, principalmente a aqueles que possibilitam a realização do valor.

Apesar de as mercadorias estarem impregnadas dos sentidos dados a elas pelo capital, ao saírem do circuito do capitalismo através do consumo final, suas determinações não se circunscrevem apenas na lógica da produção capitalista, mas também, por um conjunto de símbolos e determinações culturais estabelecidas na sociedade.

Os valores de uso, portanto, não são determinados apenas na materialidade das mercadorias, como se fossem regidos exclusivamente pela lógica da produção e da economia. Decorrente disso pode-se estabelecer que a natureza e a composição do consumo não são determinadas prontamente pela estrutura da produção e a dinâmica do capital. Deste modo, os objetos consumidos compartilham relações inseparáveis e insolúveis de suas dimensões culturais, simbólicas, de seus sentidos culturais e de seus valores econômicos (LEE, 1993).

Com o capitalismo como o modo de produção dominante, compreende-se que as necessidades humanas são cada vez mais assimiladas através deste modo de produção (NETTO, BRAZ, 2006), o que significa dizer que desde as suas formas mais simples de relação como a forma mercadoria a suas formas mais complexas da acumulação influem no sistema de provisão (FINE, 2002; FINE et al., 2002) daquilo que comemos. O capitalismo como uma forma de relação social que ganha corpo na materialidade, não se resume apenas ao modo de produção em si, mas como um conjunto de relações que opera em como as pessoas interpretam, avaliam e agem na sociedade em busca de atender suas necessidades, sendo determinante nas relações da economia, mas também na cultura, na política e no imaginário (LEE, 1993).

### **3.1 A cultura do consumo**

A cultura do consumo é a cultura do capitalismo (FONTENELLE, 2017). Nesse sentido, a cultura do consumo é caracterizada “como a cultura impregnada da forma-mercadoria e que, por isso, tornou-se um modo de vida que foi ressignificando os usos dos objetos, assim como hábitos, valores, desejos, paixões e ilusões de uma época” (p. 13-14).



A cultura do capitalismo, para a autora, se diferencia da cultura de outros momentos históricos ou das sociedades não capitalistas, visto que esta cultura é a cultura do consumo de mercadorias. Diferentemente do consumo de sociedades não capitalistas, a cultura do consumo, tem como “finalidade um valor de troca econômico” (p.13). Ainda que em todas as sociedades um produto seja consumido simbolicamente, “o que especifica a cultura do consumo é o exercício do controle sobre a determinação simbólica ou cultural desses produtos ou bens” (p.14). Sob esta perspectiva, a cultura do consumo se inicia quando a “produção da fantasia em torno de uma mercadoria passou a ser mais importante do que a utilidade que essa mercadoria poderia ter” (p.14).

Com o desenvolvimento do capitalismo, na sociedade moderna do consumo, somos confrontados cotidianamente com uma “cornucópia sem precedentes de mercadorias e valores de troca” (LEE, 1993, p.28, tradução nossa). Nesse sentido, quanto mais as mercadorias tornaram-se o meio de reprodução e satisfação das necessidades inevitavelmente esses se circunscrevem na lógica do mercado, cada vez mais, portanto, a vida é tocada pelo imperativo do capital e a esfera da troca e da circulação como supra humanos e autônomos.

Compreende-se, portanto, que no capitalismo as palavras cultura e consumo ganham características próprias. A cultura, nesse sentido, compreendida como “um modo particular de vida, quer seja um povo, um período, um grupo ou da humanidade em geral” (WILLIAMS, 2007, p. 121). Sob esta perspectiva, em consonância com o pensamento de Lee (1993) e Fontenelle (2017), esta abordagem permite estabelecer que as mercadorias como objetos com uma vida dupla, enquanto agentes de controle social, mas também como objetos utilizados pelas pessoas em seu cotidiano na construção de sua própria cultura. Isso significa que as mercadorias são formatadas esteticamente e ideologicamente através de um conjunto de instituições cujos objetivos são atender ao mercado, e, ao mesmo tempo, no consumo, estes objetos são tomados pelas pessoas no seu cotidiano para a reprodução de sua vida, podendo estender os sentidos dados pelo capital às mercadorias, reconfigurando estes sentidos.

As mercadorias não são receptáculos vazios, na produção das mercadorias existe já uma limitação nas possibilidades de seus valores de uso, mas ao mesmo tempo, no consumo, os valores de uso que correspondem aos significados dados pelo capital podem ter seus sentidos reconfigurados pelos consumidores (FINE, 2002).

A construção teórica da cultura do consumo estabelecida por Fontenelle (2017) parte principalmente do papel dado às relações públicas, à publicidade e pelo marketing na construção de significados, de imagens e da construção de uma marca capaz de motivar e dar

sentido ao consumo das mercadorias. O enfrentamento diário com as mercadorias e suas imagens nos meios de comunicação, em lojas, nas casas ou nas ruas revela que a exposição saturada cujos poderes mágicos de seus significados sociais parecem negar qualquer base do trabalho social. Como objetos da vida e da cultura cotidiana fetichizados, se apresentam para os consumidores primeiramente através de um significado social, e não pela sua utilidade, é como se ao se apresentar primeiramente como uma mercadoria cujos pólos do valor são invertidos, para ter significado cultural, as mercadorias são carregadas por signos fornecidos por instituições, como o marketing, a propaganda e a publicidade.

Este controle se dá através dos mecanismos utilizados para dar corpo às noções subjetivas das mercadorias. Conforme explicitado por Jhally (2014) e Fontenelle (2017), o enfoque nos significados das coisas na cultura do consumo por estas instituições é realizado pelo fato de as mercadorias não trazerem consigo significados, estes foram esvaziados pela lógica da produção, por isso, cabe a estes mecanismos dar sentido e preencher esta mercadoria esvaziada, reabastecendo as mercadorias de sentido. Portanto, as mercadorias dependem da criação do simbólico por estes mecanismos.

Em consonância com Jhally (2014), Fontenelle (2017) estabelece que o anúncio comercial e o marketing foram instrumentos utilizados para a criação de uma fantasia que conseguisse não somente dar sentido, mas também, a partir da desenvolvimento da cultura do consumo, a “criação de necessidades e de modos específicos de satisfação” (p.17), visto que não seria necessário “se os objetos trouxessem consigo um objeto próprio” (p.14).

No consumo de mercadorias, estas sempre são consumidas simbolicamente e, também através de sua utilidade, portanto, no capitalismo, para a realização da acumulação do capital, é necessário que haja, por meios de instituições, a regulação dos aspectos simbólicos e culturais do cotidiano das pessoas, bem como de suas representações. As chamadas indústrias culturais têm como objetivo construir uma economia de bens simbólicos ou culturais assentados na ideia de simpatizar a reprodução do capital (LEE, 1993).

Lee (1993) destaca este processo para demonstrar a importância que existe entre o material e o simbólico enquanto dimensões insolúveis e inseparáveis dos bens, dos valores econômicos e dos significados culturais. Como a produção material no capitalismo é fundada na repressão das potencialidades humanas através do processo de exploração, a publicidade tem como função disfarçar a natureza empobrecida da forma mercadoria.

Esta análise vai de encontro com Williams (2011). Para o autor, se o consumo fosse determinado apenas por sua materialidade, pela sua utilidade real, os esforços do capital para que as mercadorias saiam do seu circuito através das instituições não seria necessário.

Estamos em uma fase de distribuição relativamente rápida do que são chamados "bens de consumo", e a publicidade, com sua ênfase em "trazer as boas coisas à vida", é tomada como central por essa razão [...]. É impossível olharmos para a publicidade sem percebermos que o objeto material à venda nunca se basta: esse é, de fato, a qualidade cultural central de sua forma moderna. Se fôssemos materialistas sensatos, na parte de nossas vidas em que usamos objetos deveríamos ver a maioria dos anúncios como de uma irrelevância insana. A cerveja nos bastaria, sem o processo adicional de que, tomando-a, pareceríamos mais viris, mais jovens ou mais sociáveis. Uma lavadora de roupas seria um eletrodoméstico útil para lavar roupas, e não uma indicação de que "estamos na frente" ou que somos objetos de inveja de nossos vizinhos. Mas se essas associações vendem cerveja e lavadoras de roupas, como algumas das evidências sugerem, é nítido que possuímos um padrão cultural no qual os objetos não se bastam, mas devem ser validados, mesmo que apenas na fantasia, por associações com significados sociais e pessoais que, em outro padrão cultural, poderiam estar disponíveis de maneira direta. A breve descrição do padrão que possuímos é *mágica*: um sistema altamente organizado e profissional de persuasão e satisfação, funcionalmente bastante similar aos sistemas mágicos em sociedades mais simples, mas estranhamente coexistindo com uma tecnologia científica altamente desenvolvida (WILLIAMS, 2011, p 252-253, grifo do autor).

Para efetivar o consumo de mercadorias a dominação da esfera da produção pelo capital não soluciona sozinha a realização de sua acumulação, tendo em vista a influência das outras áreas da política e da cultura nas quais a sociedade está inserida. Como uma relação social, a produção de mais-valor e a realização da acumulação necessitam de um modo de representação capitalista, ou seja, um modo em que o capital consegue incorporar as outras dimensões sociais em torno de seus objetivos. De acordo com Williams (2007), a cultura se relacionada com a economia e a política de um modo de produção, portanto, abre-se um espaço cuja dominação capitalista se faz necessária.

Nesse sentido, a esfera da cultura é a esfera em que “diferentes grupos sociais lutam na busca da determinação dos significados de uma dada sociedade” (FONTENELLE, 2017, p.15). Se a cultura é a esfera em que se travam as lutas sociais para a determinação dos significados, a compreensão de como se conformou uma ideologia da classe dominante se faz necessária.

Fontenelle e Jhally trazem importantes contribuições para o debate da cultura do consumo e sua relação com estas instituições principalmente ligadas à comunicação e à construção de imagens. As riquezas das análises destes autores podem ser complementadas

pela ideia de que este conjunto de instituições estão associadas a outras que também reforçam as formas culturais assentadas no consumo de mercadorias.

De acordo com Lee (1993), o pensamento de Gramsci foi capaz de considerar as formas culturais dentro deste quadro de dominação e resistência cultural. Nesse sentido, a conformação de uma ideologia burguesa tem como objetivo reproduzir uma ordem social dominante, para manter uma hegemonia.

A hegemonia em Gramsci é compreendida como o momento determinado em que um grupo exerce seu poder a partir de sua posição dirigente e dominante na sociedade (ALVES, 2010). Esta hegemonia do grupo dominante se estabelece em múltiplas dimensões sob a perspectiva de criação de formas completas de hegemonia a partir de consensos de uma classe social, sua fração ou de um grupo social sobre o outro, em que suas estruturas sociais refletem os elementos da cultura, da classe ou da ideologia por exemplo. A transmissão da hegemonia se dá a partir dos aparatos privados da sociedade civil no Estado ampliado-sociedade civil (chamado comumente de organizações privadas) e sociedade política (Estado) (PASSOS, 2016).

Hegemonia em Gramsci, portanto, estende o entendimento das forças sociais no sentido da compreensão de como se dá a reprodução social dominante do capital tanto no sentido material quanto ideológico (COUTINHO, 1999). Ao se apropriar da riqueza social produzida, o capital exerce esse domínio não somente no sentido econômico como produtor de desigualdades, mas também, é mantida por um conjunto de subjetividades a partir de uma visão de mundo que se organiza em valores e conhecimentos que privilegiam a classe dominante, transformando-os em determinações universalmente aplicadas na sociedade, constituindo de acordo com Robinson (2005) como um projeto tanto intelectual como moral que favorece os interesses do capital e conforma um senso comum legitimado e sustentado pelas instituições da sociedade civil.

A noção de hegemonia encontrada no pensamento de Gramsci não é a passagem do projeto intelectual e moral de uma classe dominante homogênea para uma classe subordinada homogênea. De acordo com Lee (1993) o produto advindo do sistema ideológico, como um processo social, articula e posiciona assuntos fora de seu controle. Isso se dá pelo fato de que a hegemonia, para existir como tal, articula certo nível de interesses dos agrupamentos subordinados, na tentativa de manter um terreno ideológico legítimo. Ou seja, para ser efetivo seu poder social é necessário mobilizar um consenso político e cultural que, embora não seja

totalmente estável, exerce um equilíbrio substancial entre a maioria dos grupos sociais pertencentes a sociedade.

Os significados das coisas e as subjetivações humanas são, portanto, um campo constante de disputa por uma hegemonia social, não como um mero viver passivo da ideologia dominante já prescrita. Essa afirmação é importante, visto que a cultura articulada a partir do processo hegemônico deve conquistar os corações e mentes do ser social (LEE, 1993).

A cultura para Gramsci, segundo Angeli (2011), é concebida

como um patrimônio reflexivo, emotivo e intersubjetivo que caracteriza um determinado ambiente social: classe, grupos, razões, nações, etc.), que se manifesta nas formas de normas, idéias, convicções por um dado grupo social, e que constitui a fonte da vontade coletiva e do comportamento coletivo. A cultura então é qualquer manifestação da espiritualidade humana – ciência, arte, religião, filosofia e a política – desde que exprimi um produto no desenvolvimento histórico de um grupo social. Entretanto, Gramsci sabe que existem manifestações de cultura intelectual própria do capitalismo, de uma sociedade constituída por classes onde se produz duas culturas: a dos dominantes e a dos subalternos (p.130-131).

De acordo com Piccin (2010) a análise de Gramsci da cultura deve ser entendida como uma “perspectiva analítica relacional e orgânica com que o autor trata os processos sociais” (p.10). Isso significa que a noção de cultura em Gramsci parte da compreensão da cultura associada à infraestrutura - relações econômicas básicas- e a superestrutura-filosofias não definitivas-, a partir de um conjunto ideal de recursos que são conformados socialmente e historicamente “sobre uma base material e como incorporação nos indivíduos das relações de poder” (p.10), ou seja, “um mecanismo ativo, que estabelece comportamentos, formas de ver, pensar, agir, desejar e classificar o mundo” (p.10).

A inovação da abordagem de Gramsci está na relação entre a produção e reprodução da vida material como relações sociais associadas com a forma em que as pessoas reais vivem essas relações, portanto, na construção de uma visão de mundo, de uma consciência. A análise do autor liga as formas sociais mais estreitamente associadas à infraestrutura com as determinações superestruturais.

Ainda em consonância com Piccin (ibidem), o pensamento gramsciano estabelece que os grupos sociais localizados em um determinado tempo e espaço tendem a dar origem a um modo de ver o mundo a partir de um determinado ponto de visão. Se analisado do ponto de vista econômico, esses indivíduos que se localizam em um determinado posicionamento econômico, tendem a se deparar com relatos de mundo parecidos. Quando este agrupamento

de visões de mundo se transforma em um agrupamento coerente, ou seja, de sua capacidade de dar sentido a uma homogeneidade de sua visão no plano econômico, político e social, portanto, esta visão se torna hegemônica. A hegemonia é realizada por um conjunto de intelectuais orgânicos a esta classe, que estruturam simbolicamente esta visão dominante, cujas capacidades de dar sentido às coisas tendem a ser incorporadas pela classe subordinada. As visões de mundo coerentes irradiam e difundem hegemonicamente seus significados de uma forma com que os significados e a cultura subordinada permanecem contraditórios e fragmentados.

As necessidades do capital de sempre ampliar seu ganhos conformou, portanto, a ideia de uma cultura do consumo, cujas raízes são compreendidas a partir do próprio desenvolvimento da produção capitalista, associado com a hegemonia política e cultural desta classe. Para efetivar esta articulação, o capital não somente explora os trabalhadores, mas também, orienta e coordena uma visão de mundo capaz de criar um imaginário próprio deste período da história, transformando, tendo como a centralidade a criação de consumidores.

### **3.2 Revisitando o fetiche**

As mercadorias na vida das pessoas inseridas no modo de produção capitalista ganham um status privilegiado, quase mágico, sinônimo de prosperidade e desenvolvimento e ao mesmo tempo promotor de recursos materiais e simbólicos importantes para a reprodução da vida. Para Lee (1993) ao pensarmos o consumo contemporâneo, isso se dá nas formas sociais, tanto no sentido econômico quanto no sentido cultural.

As mercadorias foram usadas para ajudar a construir uma ampla variedade de identidades, para confirmar o pertencimento a comunidades culturais específicas e, cada vez mais, a significar diferenças sociais e culturais desagradáveis e muitas vezes antagônicas entre os grupos. Endossadas por sua publicidade e marketing, as mercadorias eram usadas como objetos para tornar visível a riqueza pessoal, sugerir potência sexual e atração física e, talvez mais do que nunca, funcionar como índice de inteligência, educação e grau de instrução social (LEE, 1993, s/n, tradução nossa).

No capitalismo somos confrontados cotidianamente com uma imensa coleção de mercadorias, mas o modo de produção separa as esferas do trabalho e das necessidades, a produção e consumo, portanto, são como esferas independentes. Isso significa que, o trabalho se desloca da noção da produção de necessidades para a produção de valor, e a produção

material e de significados sociais aparecem como criadas pelo próprio capital e o dinheiro como o meio de satisfazer suas necessidades, a unidade entre produção e consumo é quebrada (LEE, 1993).

Ao retomarmos o debate sobre os feitiços do capitalismo, compreende-se, então, que o fetiche do ponto de vista do consumo deriva dos efeitos da ocultação da exploração do trabalho e da forma em que as mercadorias aparecem na circulação, como alheias aos próprios produtores. Como o capitalismo é fundamentalmente uma relação social mediada por um conjunto de instituições, os aspectos da vida social associada aos seus feitiços não são encontrados apenas no processo de produção e da circulação, mas também, ao efetivar a saída das mercadorias do circuito capitalista, seus feitiços continuam tanto no sentido material, das coisas que foram adquiridas, como no sentido dos significados dados a aquelas coisas.

O fetiche no consumo está ligado às dimensões da forma em que estes objetos materiais ou de serviços são associados a significados específicos. Essa relação social é caracterizada pela forma com que os significados são dados às coisas, pela própria cultura que rege este modo de produção, da cultura hegemônica, das imagens e sentidos construídos sobre as mercadorias. Do ponto de vista do consumo do trabalhador, o trabalho e suas necessidades são desassociados, mas os capitalistas unem os dois do ponto de vista de seus objetivos, o trabalho explorado, a efetivação do consumo e suas representações como meios necessários para a acumulação de capital. Nesse sentido, amplia-se a noção de fetiche sob a perspectiva marxista como as formas que o capital utiliza de meios materiais e de representações sociais para que se efetive o consumo sob a égide da acumulação.

O consumo aparece desta forma, como o elo entre a economia e a cultura. Isso se dá pelo fato de que, a lógica essencial do capitalismo se manifesta através de suas compulsões pela acumulação constante de capital, cujo apetite de aceleração e a velocidade com que a acumulação ocorre fazem necessário o aumento e a expansão de suas atividades, por isso este processo afeta as outras áreas da vida humana, o modo de produção não se resume apenas na economia, seus fundamentos afetam todas as atividades dos seres humanos (LEE, 1993).

Isso significa que o capitalismo utiliza de diversos meios e instituições para tentar regular e comandar a vida das pessoas para seus objetivos, um esforço para criar um tipo de consumidor cujas características de suas necessidades estão associadas a aquilo que consome e como e o quanto consome. As mercadorias ao se apresentar como alheio ao trabalho como um conjunto de necessidades e significados que só podem ser adquiridos através do mercado possibilitaram uma infundável possibilidade de representações. Isso significa que os valores de

uso são construídos a partir de todas as relações sociais que acompanham a mercadoria, sendo que cada um desses aspectos são fetichizados a partir da forma dinheiro (FINE, 2002; 2006).

Neste momento são necessárias duas considerações. A primeira é que, apesar dos esforços do capital em constituir um consumidor ideal, de um consumidor soberano, os consumidores reais não se apresentam neste processo como meros agentes passivos que consomem as mercadorias da mesma maneira, mas como agentes capazes, mesmo enfeitados pelo capital, de dar sentidos às mercadorias em diferentes espaços e tempos mesmo que as condições não tenham sido escolhidas por eles mesmos (FINE 2006; 2013). O tempo e o espaço aqui, não como meros ambientes de ação, mas sim como agentes importantes no próprio desenvolvimento contraditório da sociedade.

A raiz deste processo está justamente na memória presente e conservada de cada classe social na relação de conflito entre o passado e suas representações e o presente e suas transformações, inserindo novos sentidos às tradições e ao mesmo tempo criando suas próprias. Isso significa que, enquanto classe dominante, a burguesia assume uma posição de que a sua memória é a memória da sociedade, cujas representações têm como objetivo direcionar o controle da sociedade, e as culturas subordinadas em suas formas mais fragmentadas contestam e também apresentam a sua (CARVALHO, 2018).

O segundo elemento, ao reconhecer que as relações entre o que é consumido e o consumidor são mediados por um conjunto de variáveis no que tange a economia, a cultura, a ideologia e o imaginário, neste nível de análise pode-se estabelecer algumas características próprias deste sistema e de suas múltiplas determinações (FINE, 2006).

Fine et al. (2018) em suas contribuições sobre o consumo a partir da relação entre a mercadoria e a cultura material (também elaborada em Fine 2002; 2006; 2013) determina que o conteúdo cultural associado a um bem não exprime suas determinações apenas na materialidade, mas também é influenciada pelos aspectos mais amplos da cultura, como as relações de classe sociais, das relações de gênero, da nacionalidade e a das faixas etárias por exemplo. Ou seja, as relações culturais estabelecidas na sociedade assentam diferentes interpretações possíveis sobre os significados sociais das mercadorias. Nesse sentido, o autor destaca algumas características desta relação (Tabela 15).

Tabela 15- Cultura material do consumo

---

**SISTEMA DE PROVISÃO, CULTURA MATERIAL E O CONSUMO**

---



<b>FATORES</b>	<b>CARACTERÍSTICAS</b>
<b>Construído</b>	Os sistemas culturais associados ao consumo de mercadorias são influenciados pelas práticas materiais do sistema de provisão. Os significados sociais das mercadorias variam da maneira em que os consumidores conhecem sobre aquele determinado sistema de provisão, de suas propriedades materiais distintivas, estando sujeito às manipulações do sistema de provisão e de suas alterações. Ex.: ao se consumir uma água de determinada marca isso pode tanto projetar certos significados de suas imagens, como saciar a sede, ou no caso da compra de uma casa, esta pode tanto ser vista como um tipo de investimento, mas também como um local de moradia.
<b>Interpretado</b>	Os objetos são dotados de qualidades interpretadas pelos consumidores. Estas qualidades podem que primeiramente são fornecidas pelo próprio sistema provisão são interpretadas de múltiplas formas e orientadas contextualmente, seus significados podem não estar diretamente associados a suas propriedades materiais. A experiência e o conhecimento dos consumidores são fatores associados aos significados construídos. Ex: o status, a emulação e a distinção são interpretações sociais de determinar o consumo, que podem aumentar ou diminuir a partir da provisão material.
<b>Mercadorizado</b>	A cultura é influenciada em um maior ou menor grau pela mercadorização. Utiliza-se de aspectos não comerciais dos bens de consumo como um ponto para a venda. Ex.: a ideia de um alimento industrial “tão bom quanto o caseiro”- assim como pode ser utilizado em seu oposto, ao reforçar a ideia de uma coisa inovadora.
<b>Conformidade</b>	Independente das escolhas feitas pelos consumidores, seus significados são influenciados pelas circunstâncias do sistema de provisão, ou seja, os consumidores interpretam os significados em circunstâncias que não foram criadas por eles mesmos.
<b>Contextual</b>	As culturas de consumo diferem em tempo e local. O que é consumido não está localizado apenas em circunstâncias específicas - em termos relativos ao preço ou a qualidade em si - mas está associado a significados particulares e variáveis para o consumidor. A necessidade de uma pessoa pode ser o luxo de outra e a distinção pode mudar com o tempo, a localização e os níveis de renda.
<b>Contraditório</b>	Os diferentes agentes e forças competem para dar conteúdo aos sistemas culturais e estes podem fornecer um estímulo em direções opostas. Ex. compulsões para gastar e economizar; comer e fazer dieta.
<b>Caótico</b>	As culturas materiais juntam (ou não) uma multiplicidade de práticas e influências através de uma multiplicidade de dimensões que são refletidas pelas famílias que vivem sua vida cotidiana e, portanto, serão repletas de inconsistências, se não incoerência. Isso não significa que não há justificativa, mas que elas podem diferir e levar a tensões com resultados imprevisíveis e ocasionalmente extremos, como nos transtornos alimentares, abuso de cartão de crédito, dependência etc.
<b>Fechado</b>	A participação das pessoas no sistema de provisão é desigual e os papéis destes também são desiguais na construção de culturas. A participação das pessoas no setor financeiro por exemplo é comandada por uma elite, apesar das possíveis perdas serem socializadas; ou na construção de padrões, marcas e propagandas que moldam a cultura, mas apenas poucas pessoas estão envolvidas em sua criação.

<b>Contestado</b>	Diferentes culturas de consumo podem entrar em conflito. Ex.: com o movimento Occupy ou com protestos globais contra a privatização da água. A contestação também pode ocorrer em termos das condições associadas às práticas materiais ao longo da cadeia do sistema de provisão.
<b>Coletivo</b>	O consumo não é um simples ato de uma subjetividade individual.

---

Fonte: FINE (2018, p.55-56, adaptado).

Deste modo, ao retornarmos ao debate da comida, pode-se estabelecer que as elaborações de Fine (2002, 2006, 2013; FINE et al, 2002; FINE et al., 2018) sobre a relação entre o sistema de provisão, a cultura material e o consumo se apresentam como importantes ferramentas capazes de compreender a multiplicidade de significados possíveis daquilo que as pessoas comem.

Ao pensarmos a culinária brasileira atualmente e o sentido dado a aquilo que comemos, tanto no sentido material, com a incorporação de novos elementos, mas, principalmente no sentido dos significados, do imaginário social, observamos que tudo tem sido transformado rapidamente. A emergência de novas formas de consumo consolidadas a partir da cultura hegemônica, como o consumo de experiência, tem sido um dos principais pontos desta transformação e de novas formas que aparecem como os feitiços do capital, na qual debateremos a seguir.

### **3.3 A captura da utilidade da mercadoria e a conformação de uma cacofonia alimentar**

O atual estágio de desenvolvimento do capitalismo foi propiciado pela conformação do urbano como um espaço privilegiado para a realização do valor, para o exercício da hegemonia cultural burguesa e a criação dos próprios consumidores. Apesar da noção de consumidor como a compreendemos hoje se consolidar apenas no século XX, suas raízes estão no próprio desenvolvimento do capitalismo, principalmente a partir da Revolução Industrial e da Revolução Francesa. Estas duas revoluções moldaram não somente o sentido político e econômico do capitalismo, mas também as subjetividades do indivíduo e a era moderna (FONTENELLE, 2017).

Com o aumento da produção industrial – com preços fixados mais baixos e uma maior escala de produção - associado às reformas urbanas e no transporte, e, também, com a reorganização do varejo a partir das lojas de departamento, um grande número de mercadorias

industrializadas foram inseridas na sociedade ocidental europeia, possibilitando, assim, que uma nova parcela da sociedade tivesse acesso a esses produtos. Apesar da possibilidade, mais do que aumentar a produção, era necessário que as pessoas estivessem dispostas a comprar as mercadorias, visto a necessidade de um salto temporal que diminuísse a distância entre a produção e a realização do valor (FONTENELLE, 2017).

O espaço que possibilitou as transformações econômicas e sociais foi as cidades, constituindo um pensamento liberal associado à ideia de cidadão. Conforme estabelecido por Rentería (2007) as cidades tornaram-se as sedes das indústrias, do armazenamento da produção que se iniciava, da gestão financeira e comercial, necessitando um conjunto de transformações de transporte, de comunicações que aumentaram o número de atividades realizadas no urbano, bem como novas estruturas de habitação, alimentação, trabalho e diversão.

Este espaço, diferentemente do rural, é muito mais fragmentado, as pessoas precisam se confrontar diariamente com as novas formas de trabalho e com a grande quantidade de pessoas desconhecidas, sendo necessário que seus novos habitantes se adaptem a esta nova realidade, incorporando um modo de vida e de ver o mundo novo.

Conforme estabelecido por Fontenelle (2017), a partir do pensamento de Rifkin e de Sennet, o espaço urbano possibilitou a criação de novas necessidades que as pessoas nem imaginavam que existiam. As construções de novos espaços de sociabilidade e de efetivação do consumo contribuíram não somente com novos produtos, mas também, imagens cujos feitiços efetivaram o consumo. A criação desse novo consumidor está associada ao imaginário liberal pós Revolução Francesa, de uma ideologia no progresso individualista, secularista e racionalista, assentado na ideia do eu como meta de vida, nas possibilidades de mobilidade social, nos novos papéis sociais e nas confusões entre o “eu” e a “aparência”.

Para Fontenelle (2017) o ‘uso dos objetos na construção desse “eu” que queria “ser” ou “parecer” passou a englobar a vida cotidiana [...] para uma transformação nas mentalidades da qual a cultura do consumo é tributária’ (p.26), por isso, o modo de inserção do sujeito no meio social, a maneira de se definir “quem sou eu”, passando a ser algo muito mais indefinido, abstrato.

A autora destaca que, na sociedade cortesã cuja hierarquia social bem como os papéis e costumes são fortemente determinados por sua classe social, quando a ideia do eu se torna hegemônica com a revolução burguesa e os limites do acesso ao mundo das mercadorias se

expandem, a vida privada se torna o palco e os prestígios sociais se definem, portanto, pela quantidade de dinheiro e pela sua posição econômica na sociedade.

Neste contexto, com o ideal do modo de ser burguês, as aspirações possibilitadas pela menor rigidez da nova divisão do trabalho e as novas possibilidades de consumo da classe média e da classe trabalhadora, a cultura de consumo começa a emergir tanto pelas necessidades de escoamento das mercadorias e a realização do valor, como também, como um escape, criando próprios produtos como um espaço encantado dos lugares de consumo. Apesar da dicotomia entre a burguesia e o proletariado, ambas as classes começaram a se guiar pelo mesmo código moral e de conduta, assentado no consumo de mercadorias e na ideia de liberdade, do querer ser, ou do querer ser mais.

Em síntese, para Fontenelle (2017, p. 33), na

luta pela diferenciação social e em busca do afrouxamento dos controles para o qual o mundo do consumo convidava, burgueses e trabalhadores- o indivíduo moderno- começavam, de fato, a ganhar a nova forma identitária do consumidor em fins do século XIX. Embora ainda não estivesse claro, esse indivíduo moderno começava a ser moldado no contexto de um mundo que também já se configurava segundo a lógica da mercadoria, em que as relações sociais e os elementos culturais passaram a ser continuamente ressignificados a partir da necessidade da realização do valor, via consumo.

A construção deste imaginário social através de um conjunto de instituições e do espaço em que o capitalismo se desenvolve torna favorável a materialização do fetiche criado pelo capital, se oculta a exploração de uma classe por outra ao dar sentido à vida através do consumo pela circulação. A ideia de liberdade no capitalismo é uma ideia bem limitada e estreitamente ligada ao consumo.

Na aparência essa liberdade realmente se efetiva, no mercado, o feitiço da igualdade jurídica da circulação traz consigo a ideia de escolha, a ideia de “se eu tenho dinheiro no bolso, eu compro”. Este feitiço da ideia de liberdade de escolha, do consumidor soberano é limitado ao pensarmos a quantidade de renda disponível a partir da venda da força de trabalho e das possibilidades quase ilimitadas reais de satisfação das necessidades daqueles que se apropriam do valor produzido (FINE, 2002). Conforme estabelecido por Saad Filho (2011a) há uma “distância crescente entre suas “necessidades” e seu poder de compra, levando ao endividamento e ao excesso de trabalho” (p.13, grifo do autor).

Estas afirmações são importantes e nos remetem a três questões. A primeira é que, não é somente no plano dos significados dados à diferenciação social que a classe trabalhadora se

move para a realização de suas necessidades, mas também na busca de significar os significados dados às coisas pelo capital e as instituições pela corrosão das noções de pertencimento nessa sociedade através da hegemonia deste pensamento.

As afirmações sobre o imaginário social e as necessidades no neoliberalismo de Gomes Júnior (2007) contribuem com a análise:

Esse movimento alimenta uma nova gramática identificada como “necessidades mutantes”, uma categoria cuja definição só pode ser obtida no contexto do mercado, posto que aí a supremacia do mérito individual e dos expedientes que o acompanham, desejos e aspirações assomam à posição de necessidades num imaginário social que busca a identidade, não mais na promoção da igualdade dos direitos ao que é primordial ao desenvolvimento humano e sim a uma igualdade, forma e comportamento que a tudo e a todos se iguala pela pasteurização das diferenças (p.73).

O autor continua:

O movimento que pasteuriza valores, diferenças e necessidades, homogeneizando-os como que num único e exclusivo conjunto de desejos, expectativas e determinações, idêntico para todos os indivíduos, evoca uma ideia da física da dobra espacial em que tempo e espaço, ganham um novo sentido. No caso aqui, seria uma “dobra social” a relativizar diferenças, valores e tudo o que numa sociedade de classes sustenta sua hierarquia interna, por meio da manipulação do imaginário social fragmentado pela velocidade das transformações em um mundo onde o efêmero e fugaz ganham significados que remetem à condição de perenidade- no sentido de movimento permanente em direção aos requerimentos que satisfarão individualmente as suas aspirações e desejos (p.73).

O segundo elemento é a perversidade deste imaginário. Ao pensarmos o acesso real as coisas no capitalismo, ao ocultar a exploração e ao construir essa cultura hegemônica, cria-se a ideia de uma mobilidade e diferenciação social que reforça a fragmentação das visões de mundo dos subalternos. Isso significa que há sempre uma assimetria entre a realização objetiva das novas necessidades pelos consumidores e a quantidade de necessidades adquiridas a partir deste imaginário.

Esta relação pode ser identificada em Castoriadis (1982), ao explicitar a relação entre as necessidades e o imaginário social:

A humanidade tem fome, é certo. Mas ela tem fome de que e como? [...] Mas será que ela só tem fome de alimento? Em que então ela difere das esponjas ou dos corais? Porque esta fome, uma vez satisfeita, deixa sempre aparecer outros problemas e outras solicitações? [...] Qual é a necessidade que essas populações não conseguem satisfazer? Se disserem que essa necessidade é mantida constantemente insatisfeita pelo progresso técnico, que faz aparecerem novos objetos, ou pela existência de camadas privilegiadas que colocam diante dos olhos dos outros outras maneiras de

satisfazê-las – terão então admitido o que queremos dizer: que essa necessidade não traz em si a própria definição de um objeto que poderia preenchê-la, como a necessidade de respirar encontra seu objeto no ar atmosférico, que ele nasce historicamente, que nenhuma necessidade definida é a necessidade da humanidade. A humanidade teve fome e tem fome de alimento mas também teve fome de vestimentas, e em seguida de outras vestimentas que não as do ano anterior, ela teve fome de automóveis e de televisão, fome de poder e fome de santidade, ela teve fome de ascetismo e de libertinagem, ela teve fome de místico e fome de saber racional, teve fome de amor e de fraternidade mas também fome de seus próprios cadáveres, fome de festas e fome de tragédias, e agora parece ter fome da Lua e fome de planetas. É preciso uma boa dose de cretinismo para entender que ela inventou todas essas fomes porque não conseguia comer e fazer amor suficientemente (p.164).

As afirmações de Castoriadis nos instigam a pensar as transformações no sentido das necessidades e como estas foram se configurando no processo histórico. Isso significa que o consumo e a noção de necessidade estão atrelados ao nível de desenvolvimento e como seus integrantes se relacionam tanto com o modo de produção dominante quanto no acesso à realização de suas necessidades.

Assim sendo, pode-se afirmar que o próprio desenvolvimento da produção impulsiona o desenvolvimento de necessidades (CERNI, 2012). Estas unidades complexas que são os momentos do capitalismo tocam, portanto, nas dimensões não econômicas da sociedade. Ao impulsionar as necessidades de se consumir o capitalismo a subordina ao seu imperativo de continuar acumulando, o que significa que os consumidores individuais experimentam o que Cerni (2012) compreende como os pesos das necessidades alienígenas por conta própria do processo de troca.

Apesar da comida ser uma necessidade primária dos seres humanos, o que desejamos comer e o acesso à comida dependem desse nível de desenvolvimento da sociedade. Ao retomarmos o debate sobre o dilema do onívoro, pode-se estabelecer que a noção de neofilia e neofobia no capitalismo ganham novos sentidos. Ao converter a comida em mercadoria, a forma dinheiro aparece como o mediador deste dilema, ou seja, a possibilidade de regulação via as cozinhas e a incorporação de novos elementos está associada com o posicionamento do sujeito na sociedade e as condições estruturais da sociedade.

Conforme estabelecido por Santos (2011) as transformações em torno da comida não é algo novo, as

culturas alimentares, sejam quais forem os tempos e espaços, estão postas em situações de confrontos que podem levar a certas rupturas, diante da implementação de novas técnicas, de novas formas de consumo, da introdução de novos produtos e do encontro e fusão dos mesmos, a partir da inovação e da criatividade. Estas novas transformações da cozinha acabam sendo absorvidas ou “digeridas” pela tradição,

que em patamares seguintes cria novos modelos, adaptados aos modelos convencionais precedentes. Nesse sentido, a ruptura ao provocar certa revolução culinária traz em seu bojo os traços de novo modelo de transição, ainda que marcados pelo convencional e pelo tradicional (SANTOS, 2011, p. 107).

O que diferencia neste processo é que no capitalismo, quanto maior o estágio de desenvolvimento de suas bases, maiores são as rupturas e a assimilação de novas coisas ou a transformação dos elementos convencionais e tradicionais em patamares novos, seja pelo acesso ou através da incorporação de novas técnicas e imaginários.

Isso implica que há uma desigualdade de assimilação e de acessos tanto internamente, mas também entre os sistemas alimentares. As diferenciações entre os sistemas alimentares segundo Goody (1995) estão vinculadas às diferentes formas de abastecimento, preparação e conservação de alimentos, e, também, nas agriculturas locais, no processo de organização produtiva, na distribuição, nas transações e no grau de industrialização, mecanização e transportes em cada sociedade. Internamente, os sistemas alimentares também refletem a perspectiva de classe no interior deste processo, determinando também, os graus de acesso, preparação e conservação de alimentos.

Os sistemas alimentares absorvem produtos, técnicas e preparações a partir do maior desenvolvimento da sociedade, ou seja, quanto maior a interação entre as sociedades, maior será o processo de intercâmbio, rupturas e absorção do que é externo, maior será também as mediações. Os avanços da industrialização de alimentos, bem como dos processos de produção, abastecimento e comercialização possibilitaram à pequena burguesia e para a classe trabalhadora a satisfação de novos desejos e necessidades e também, para uma maior assimilação do imaginário social burguês e de seus símbolos.

Este processo só foi possível devido ao papel histórico da América Latina frente ao capitalismo internacional desde a Revolução Industrial. A inserção da América Latina possibilitou o desenvolvimento do capitalismo mundial, enquanto produtora de matérias primas e de alimentos consolidando assim a industrialização dos países centrais e reduzindo o preço dos alimentos na cesta salário da classe trabalhadora nestes países (MARINI, 2011).

Para Goody (1995), no que tange a comida neste processo de industrialização dos países centrais

o processo industrial e seus modos de comunicação, como os jornais de massa, o rádio e especialmente a televisão, quase apagaram os limites externos que definiam as áreas de consumo de alimentos, bem como algumas das diferenças internas entre classes e regiões. A importação em larga escala de produtos estrangeiros possibilita

às massas de hoje desfrutar dos luxos dos ricos de ontem. Esses produtos são o resultado do trabalho dos países mais pobres, as diferenças internas nos padrões de vida dos habitantes dos países industrializados diminuíram, pelo menos nos estágios iniciais, às custas do crescimento de brechas no consumo de regiões e nações dentro do Terceiro Mundo (p.15).

Na América Latina o consumo de produtos industrializados se restringia à burguesia e parte da pequena burguesia, e, com o avanço do processo de monopolização e de exploração nos países periféricos, a partir de uma nova etapa da dependência e do imperialismo, há a inserção das grandes corporações multinacionais nos mercados em todo o mundo, devido à necessidade de abertura de novos mercados consumidores para a acumulação de capital (MARINI, 2011).

Este processo reflete não somente no que comemos, mas em todo o processo de produção, abastecimento, comercialização e consumo de alimentos a nível mundial. Nesse sentido, os atuais sistemas alimentares, para Contreras e Gracia (2015, p.166)

são cada vez mais regidos pelas exigências marcadas pelos ciclos próprios da economia capitalista de grande escala, mundial, os quais significam, entre outras coisas, a intensificação da produção agrícola, a orientação da política da oferta e da demanda em torno de determinados produtos, a concentração de negócio em empresas multinacionais, a ampliação e especialização da distribuição alimentar através de redes comerciais cada vez mais onipresentes e, definitivamente, a mundialização ou a globalização [...] da economia, e, com ela, também da alimentação (CONTRERAS, GRACIA, 2015, p.166)

Essas mudanças e rupturas, contraditoriamente, estabeleceram uma padronização dos hábitos alimentares, principalmente os ocidentais (HECK, 2004). Assim sendo, ocorreram rupturas nas culturas alimentares sob a perspectiva de construir uma dieta *standard*. *Standard* este que deve ser compreendido não somente na materialidade, mas também o processo de estandardização do imaginário social, das necessidades e dos desejos.

O impacto sob os sistemas alimentares é percebido também no âmbito doméstico, seus impactos nos padrões alimentares e as transformações na cultura alimentar ocasionaram diversas mudanças no cotidiano das famílias (GOODY, 1995). A introdução de um maior número de eletrodomésticos, o novo modelo de distribuição de alimentos a partir dos supermercados e a conquista de uma melhor situação de quantidade e variedade de alimentos transformaram a realidade. Nesse sentido, para Goody (1995) existe um esforço para que as gerações mais novas consigam manter este padrão alcançado e o status social adquirido com ele.



De acordo com Diez-Garcia (2003), ao privilegiar o espaço urbano como motor destas transformações, para os comensais, é necessário reequacionar sua vida a partir de suas condições de vida, seu posicionamento na sociedade, ao tempo e ao sistema de provisionamento dominante. Ou seja, há o equacionamento entre a compressão do espaço e do tempo das pessoas e as soluções capitalizadas pela indústria e o comércio, que se apresentam como alternativas ao próprio jogo que o capital criou.

Segundo a autora, o produto

deste *modus vivendi* urbano, a comensalidade contemporânea se caracteriza pela escassez de tempo para o preparo e consumo de alimentos; pela presença de produtos gerados com novas técnicas de conservação e de preparo, que agregam tempo e trabalho; pelo vasto leque de itens alimentares; pelos deslocamentos das refeições de casa para estabelecimentos que comercializam alimentos – restaurantes, lanchonetes, vendedores ambulantes, padarias, entre outros; pela crescente oferta de preparações e utensílios transportáveis; pela oferta de produtos provenientes de várias partes do mundo; pelo arsenal publicitário associado aos alimentos; pela flexibilização de horários para comer agregada à diversidade de alimentos; pela crescente individualização dos rituais alimentares (DIEZ-GARCIA, 2003, p. 484).

Em consonância com a autora, este conjunto de mudanças, segundo Contreras e Gracia (2015) está associado com o processo de individualização da comida, e baseia-se na “liberdade e nas possibilidades de realização pessoal [...], o fator mais poderoso de descontinuidade no consumo de alimentos: a transição da formalidade, do respeito, do tradicional e dos valores herdados para o novo, o experimental, o informal” (p. 412).

A sociedade capitalista atual é marcada pela construção de imagens, que levam à descartabilidade e aceleração que reduzem a cultura contemporânea aos valores de eficiência econômica e a falsificação da realidade e dos símbolos (FONTENELLE, 2002). Nesse sentido, para a autora, a construção das imagens

é o resultado de um processo que começa no início do século XX, em função de uma ideologia do progresso técnico que levou à constituição de um tempo marcado pelo signo da velocidade e da organização burocrática do emprego desse tempo, sob um tipo diferente de capitalismo emergente, centrado na produção e no consumo em massa, no qual as imagens ganham um novo sentido.

Hoje, o ponto de chegada desse processo nos revela uma aceleração intensa e ininterrupta no sentido do tempo: a velocidade, a instantaneidade, a “aceleração da aceleração” patrocinada pela junção entre ciência, tecnologia e capitalismo que, mais especificamente, a partir da metade do século XX começou a, recorrentemente, descartar todas as formas produzidas. Isso, por sua vez, é decorrente do desafio estrutural imposto ao capitalismo como sistema que, para continuar acumulando, tem de deparar e vencer, continuamente, todas as restrições ao seu desenvolvimento, que deve ser ininterrupto (p.24).

Este processo nos remete a própria cultura do capitalismo, categoricamente denominado como consumismo. De acordo com Cerni (2012) o consumismo pode ser denominado como a noção de que a felicidade vem a partir da aquisição e do uso de bens materiais. Apesar de não ser uma categoria nova, esta ganhou maiores adeptos no atual estágio de desenvolvimento no mundo e o aumento extraordinário da riqueza material produzida, o que proporcionou para uma parcela maior da população acesso a luxos ocasionais e um maior conforto em seu cotidiano - o que pode ser identificado na diminuição dos custos relativos à alimentação no Brasil no período recente.

Como destaca Fontenelle (2015), o consumismo não somente no Brasil, mas também no mundo é desigual, se a conformação do que compreendemos hoje como consumismo nos remete ao aumento afluente do consumo nos Estados Unidos na metade do século passado, a desigualdade proporcionada no capitalismo no mundo fizeram com que assim como em outros lugares no Brasil se conviva com uma posição de destaque no consumo de luxo e a emergência de um consumo consciente como valores e tendências do consumo ao passo da incorporação recente de uma grande parcela da população na cultura do consumo.

Se as distinções sociais ocasionadas pelo posicionamento do indivíduo dentro de seu espaço social alimentar eram limitadas a partir de sua renda, com as transformações proporcionadas por certa facilidade no acesso a uma maior variabilidade de produtos nos mercados para uma maior parte da população, associado aos novos meios de comunicação, houve a compressão destas diferenças em termos de reconhecimento do seu posicionamento na sociedade através do que as pessoas demonstram consumir.

Isso significa que a utilização das novas tecnologias de informação trouxe consigo dois principais elementos. O primeiro é a constituição de novos espaços sociais alimentares que se utiliza das noções estéticas para afirmar sua individualidade ou seu pertencimento a um segmento da sociedade na qual as informações inseridas o afirmam como tal. O segundo elemento é a constituição deste espaço como uma das principais ferramentas dos capitalistas e da publicidade para afirmar sua hegemonia cultural e também na divulgação de seus produtos.

A emergência destes fatores está associada à própria noção de fetiche, visto que quando nos deparamos com a quantidade de objetos no mundo e a emergência do valor de uso cujas determinações simbólicas parecem maiores do que o próprio valor, através do consumo, temos a impressão de que este nos liberta das práticas alienantes da própria produção, através da experiência do próprio consumo (CERNI, 2007, 2012).

De acordo com Cerni (2012, p.81, tradução nossa)

Enquanto o valor destacou a permutabilidade de cada mercadoria com todas as outras de acordo com um padrão comum, o valor de uso agora destaca a singularidade de cada objeto e cada ato de consumo para cada consumidor em particular. E considerando que o valor uniu o mundo dos objetos a um poder alienígena sobre a sociedade, o valor de uso agora fragmenta o mundo em uma multiplicidade de coisas e sociedade em uma variedade díspar de indivíduos que se submetem principalmente a seus próprios desejos [...] Consequentemente, as coisas materiais tendem agora a aparecer não como entidades universais, mas como particulares, carregadas de significado pessoal. Mesmo que as commodities sejam mais padronizadas como resultado do progresso tecnológico e da integração mais próxima da economia global, é mais provável que percebamos a singularidade de cada objeto porque, como consumidores, nossa relação com cada objeto é realmente única.

A autora dá o exemplo deste processo através do telefone celular. Embora o número de empresas que oferecem este produto, e a quantidade relativamente limitada de modelos, cada consumidor pode configurar seu celular à sua maneira, o que pode o tornar mais ou menos dependente assim como afirmar seus interesses e desejos através do aparelho, como uma afirmação da intimidade do sujeito para com o objeto. Mesmo que obscureça a exploração do trabalho e o monopólio de grandes organizações em sua produção. A autora infere também, a partir deste exemplo, que essa aparente libertação da produção característica das sociedades ocidentais principalmente mais desenvolvidas a partir da década de 80, com a desindustrialização generalizada do ocidente e a afirmação do setor de serviços e o comando da sociedade a partir do setor financeiro, o consumo tem influenciado em nossos pensamentos e atividades de maneira muito mais profunda que no passado, operando na economia, na política e na cultura.

Com o declínio do capitalismo industrial, as mudanças estruturais ocasionaram a despolarização da alta cultura e da cultura popular através de um empreendimento comum que é capaz de fomentar uma cultura cuja aparência é

verdadeiramente autônoma e democrática baseada no livre jogo do desejo, da construção de significado e da escolha, uma cultura que se diz fria, resistente e às vezes até subversiva, mas encobre as desigualdades econômicas e raramente reconhece as práticas de exploração que alimenta. [...] Seja na teoria econômica, na política ou na vida cultural, o capitalismo de consumo, por sua própria natureza, oculta os processos de produção que determinam sua própria existência. No entanto, a tensão entre a esfera de produção submersa e aparentemente marginal e o mundo de consumo, brilhantemente iluminado e aparentemente abrangente, não pode ser completamente suprimida. Ela ressurgiu de maneiras diferentes em tempos diferentes, por exemplo, no rescaldo de tragédias envolvendo alimentos adulterados e construções inseguras, ou na preocupação que muitos consumidores e ativistas têm com as condições de trabalho em fábricas e oficinas. Uma sociedade que se esconde de sua própria verdade está em permanente risco de desencanto (CERNI, 2012, p.81-82).

Se os novos meios de comunicação se constituíram como um espaço para a sociabilidade e afirmação da singularidade dos sujeitos, esta também é um novo mecanismo capaz de mercadorizar os sentidos da vida, nas quais estas empresas têm acesso com detalhes a todas as experiências vividas pelo consumidor, a aquilo que vestimos, aquilo que comemos, onde moramos, o que compramos, o que assistimos e com quem nos relacionamos. Este conjunto de empresas de tecnologia e de comunicação reconhecem os padrões vividos pelas pessoas e são capazes de sugerir produtos a partir de singularidade do sujeito e de suas preferências, sem a necessidade de informações adicionais (FONTENELLE, 2017).

Para além da sugestão de conteúdo e produtor, as mídias sociais também armazenam, codificam e vendem as informações de seus consumidores para empresas de publicidade. Ao mesmo tempo em que é um espaço de sociabilidade, há também a produção de informações para que as empresas publicitárias utilizem estas informações para produzir conteúdo e publicitar os produtos das grandes corporações. Diante disso, com a aceleração da economia neoliberal, houve também o aumento da velocidade do próprio consumo e da cultura, um espaço fértil para a assimilação de novas necessidades (FUCHS, 2015).

O espaço da comunicação vem se tornando central no sentido de orientar e comandar as escolhas dos comedores. Ao passo do arranjo constituído entre o setor financeiro, a publicidade, a mídia e o setor produtivo de alimentos há também a disputa através de outros agentes em torno dos rumos e na construção de identidades, como o Estado, os movimentos de consumidores, médicos e nutricionistas especializados, influenciadores e, inclusive, movimentos mais radicais que propõem mudanças estruturais do atual sistema neoliberal, seu sistema de provisão e o seu imaginário.

Este espaço ao mesmo tempo privado e público tem gerado o que Fischler (1995) denomina como uma cacofonia dietética e alimentar que opera nos sujeitos de maneira contraditória e confusa. Os comedores, portanto, tem que lidar com as tradições relativas à alimentação no contexto nos quais estes estão inseridos, com o processo de individualização de suas escolhas alimentares e a cacofonia dos discursos promovidos por estes agrupamentos e instituições, em que se confundem os discursos dietéticos e alimentares, os modelos dietéticos e os livros de receitas, os manuais nutricionais e os guias gastronômicos, como um conjunto de proibições e prescrições, de modelos de consumo a serem seguidos e suas advertências e ao mesmo tempo, com o imperativo da publicidade da grande indústria de alimentos para a assimilação de seus produtos.

O atual estágio de desenvolvimento do capitalismo tem sido experimentado, portanto, como uma experiência alimentar assentada na ideia de uma relativa abundância e de universalização (BACA; LOBERA, 2018). Os indivíduos, enquanto “eu” autônomo, são capazes de administrar e assumir as responsabilidades de seus atos, fazendo escolhas e se responsabilizando por elas (FONTENELLE, 2010, 2012). É como

uma sequência de decisões e ações vinculadas ao que, quando, como, onde, quanto e com quem vão comer. Os indivíduos enfrentam vastas possibilidades, só pensar nas prateleiras dos supermercados ou na diversidade de alimentos disponíveis nas ruas dos centros urbanos. Expressão da possibilidade de universalização da cultura material aberta pelo capitalismo que desvanece todas as barreiras erguidas pelo costume ou pela natureza (BACA; LOBERA, 2018, p.84).

Ao se apresentar como uma abundância, a constituição do sistema de provisão de alimentos capitalista, de fato, obteve aumento significativo em termos do aumento da variedade e na quantidade de alimentos disponíveis no mercado (BACA, LOBERA, 2018), que, de forma contraditória, se apresenta também como uma crise. A forma contraditória e desigual na qual se apresenta esta abundância se manifesta pela própria natureza estranha e esvaziada em que a riqueza social no capitalismo é universalizada, em que o acesso a esta abundância produzida é desigual e diferenciada no e entre os grupos (BACA, 2017; BACA, LOBERA, 2018).

Baca e Lobera (2018) tem identificado que esta abundância assentada na dimensão quantitativa da alimentação desloca a centralidade da dimensão qualitativa, aquilo que é bom para comer. Portanto, o que na aparência parece ser uma escolha individual do consumo de fato é um problema tanto das consequências na saúde como a delimitação daquilo que é bom para comer, em que se cria uma sensação de um gosto individualizado, como uma questão de opinião. O grande esforço em dar sentido à comida-mercadoria, gera, portanto, um processo contraditório, em que, se para satisfazer as necessidades alimentares dos indivíduos este produto deve ser compreendido como bom para comer, portanto, “a determinação de que é bom para comer está mediada pela capacidade de se realizar como valores no mercado, no entanto para que a venda seja efetiva é necessário que se seja bom para comer, o que só o consumo após venda pode demonstrar” (p.91).

As autoras utilizam da categoria fetiche para explicar três expressões desta crise alimentar sobre o que significa bom para comer na atualidade, sendo compreendido como: a experiência de falta de referência social, a cacofonia alimentar e o desperdício de alimentos. Concentremo-nos nas duas primeiras expressões.

A perda de referencial sobre o que é bom para comer se dá através da perda do controle sobre a reprodução material, o que causa um estranhamento, no qual o que é necessário consumir e em que quantidades têm como a principal mediação as representações da circulação. Essa referência, portanto, passa a derivar de um conjunto de discursos que tentam colocar na posição dominante, com o objetivo de compelir os consumidores e efetivar a acumulação, ou seja, a produção das necessidades e de suas representações como parte importante do modo de produção capitalista.

Junto à perda de referência coletiva sobre o que é bom para comer, as transformações do mundo do trabalho e do espaço doméstico fazem com que se intensifiquem estes processos e se consolide um novo tipo de referência social na alimentação, a partir de novos gostos coletivos que aparecem como individuais.

Ao pensarmos a alimentação dentro do lar, nota-se o aumento do número de preparações prontas e semi-prontas. Se a inserção da tecnologia a partir dos eletrodomésticos transformou o espaço da cozinha e simplificou os processos técnicos, atualmente, vê-se disponível para o comensal preparações inteiras, frutas e verduras lavadas e fatiadas e lanches rápidos disponíveis nas prateleiras dos supermercados e nos serviços de entrega de alimentos. O espaço da cozinha como um espaço de sociabilidade se torna cada vez mais um espaço de passagem, onde este ambiente passa da cotidianidade das relações sociais para um ambiente reencontrado apenas em momentos de festividade.

Se ainda há a permanência do arroz com o feijão no prato dos brasileiros, é necessário compreender que estes não são os mesmos, nem quantitativamente e nem qualitativamente, se transformam tanto no sentido da quantidade consumida assim como na noção do que é bom para comer. Se as pesquisas tanto da POF 2008-2009 quanto de Barbosa (2007) tem evidenciado esta permanência do arroz enquanto arroz e do feijão enquanto feijão, nota-se a perda das técnicas na elaboração de preparações que estavam na mesa dos brasileiros.

A ideia de perda das técnicas brasileiras não é recente. De acordo com Dória (2014, 2018), a própria ideia de miscigenação da culinária brasileira opera neste sentido, do ocultamento das técnicas indígenas e africanas a partir da ideia de melhoramento técnico dos europeus. A pesquisa de Barbosa (2007, p.105) tem reforçado também esta ideia da perda de preparações socialmente referenciadas no cotidiano.

Tapioca e baião-de-dois, por exemplo, aparecem com 1,4% e 5,4% de consumo em Fortaleza, respectivamente; polenta, 4,1% em Porto Alegre e 0,3% em São Paulo. A cidade com maior consumo de itens relacionados à sua cozinha tradicional é Recife,

com 57,1% para o cuscuz, 10,2% para o queijo de coalho, 55% para o inhame, 36,7% para a macaxeira e 6,3% para a batata-doce.

O espaço doméstico em que se manifestam as cozinhas, os sistemas culinários, ou seja, onde se dá a construção social do gosto, das técnicas e das preparações socialmente referenciadas, se torna um lugar cada vez mais estranho o que permite que a construção de novas identidades e assimilações muito mais rápidas.

Com o declínio do espaço doméstico na construção das cozinhas e as novas formas do mundo do trabalho, a alimentação fora do lar se tornou cada vez mais a central da construção do gosto social. No cotidiano, a emergência de soluções rápidas como as de lanchonetes, comidas rápidas, as praças de alimentação dos shoppings, os restaurantes a quilo, as refeições entregues por aplicativos e as marmitas; para os mais abastados, emergem ainda outros empreendimentos com as mais variadas temáticas para satisfazer os novos gostos.

A ideia de comida na atualidade, portanto, reconstrói o lugar do que é considerado comida de pobre e comida de rico; o lugar da comida do cotidiano e a comida “de fim de semana”; o doméstico e o público; o tradicional e o novo. Transforma a própria ideia de necessidade.

Ao pesarmos a comida, a forma mais caricata da perda de referência social da alimentação, e exemplo também da cacofonia alimentar, é a constituição dos buffets *self-service* e dos rodízios. Quase como uma prateleira de supermercados, onde tudo que é agradável ou não ao comensal está disponível a escolha. Como um carrinho de compras, o comensal compõe o seu prato assim como enche um carrinho de compras. O espaço do buffet é, de fato, o momento em que o comensal consegue satisfazer o maior número de necessidades individuais, ao mesmo tempo em que gera a própria ansiedade da perda de referência e da ideia do “eu” autônomo, em uma única refeição. Como miniporções que satisfazem seus desejos e que torna aceitável uma comida relativamente barata e não referenciada.

O arroz, o feijão preto, um pedaço de paio e uma costelinha estão arranjados como um diminuto jardim em torno de um enorme obelisco vermelho, que é um pedaço de melancia cortada com apuro assentado sobre uma “grama de couve”. Arrumados nos quadrantes do prato, quatro sushis lembram banquinhos nessa mini-praça comestível. Tudo deu 450 gramas. [...] Diante do balcão, a cultura gastronômica do indivíduo vale nada, ou melhor, é equivalente à de todos. Apenas um capricho. Em outras palavras, diariamente milhões de pessoas são instadas a se comportarem como chef cuisinier de se próprias no maior exercício de liberdade gastronômica que se pode imaginar. [...] Está tudo ali, goste-se ou não. Você pode nem tocar o quiabo ou o jiló, mas eles estão por lá, denunciando alguém “enjoado”. Cabem também onívoros proletários. O

desnudamento da educação do paladar segundo os recortes de classe, de origem étnica ou refinamento pessoal é também a base da (re)construção de um eu gastronômico mais profundo. Afinal de contas, há mesmo algo criativo na melancia que substitui a monótona laranja na feijoada da secretária- simplesmente é um arranjo inimaginável dentro dos cânones gastronômicos, brotando de um “eu” distante das cozinhas (DÓRIA, 2006, p. 257, 259).

A ideia do *self-service* como bom para comer, acompanha também o bom para vender. Como demonstra a Tabela 16, este tipo de estabelecimento tem uma variação de 648% no preço do quilo na cidade de Belo Horizonte, por exemplo. Como uma marca do “eu”, este tipo de serviço é amplamente utilizado por diferentes grupos de rendimento como forma de atender seus desejos e necessidades.

Tabela 16- Variação e média dos preços de Restaurantes e Rodízios de Belo Horizonte

	Valor mínimo (R\$)	Valor máximo (R\$)	Variação (%)	Preço médio (R\$)
<b>Valor do Quilo</b>	11,90	89,00	647,90	43,87
<b>Refrigerante (Lata)</b>	3,50	6,50	85,71	4,67
<b>Suco Natural</b>	4,00	9,00	125,00	5,28
<b>Marmitex (P)</b>	8,50	13,00	52,94	10,63
<b>Marmitex (G)</b>	10,00	27,00	170,00	14,03
<b>Prato Feito (PF)</b>	10,00	34,00	240,00	16,76
<b>Rodízio*</b>	36,90	137,00	271,27	70,44
<b>Rodízio**</b>	39,90	137,00	243,36	72,32

Fonte: Mercado Mineiro (2019a, 2019b), adaptado.

\*Rodízio de segunda a quinta-feira.

\*\*Rodízio de sexta-feira a domingo

Os buffets são apenas um exemplo deste processo. Ao pensarmos os shoppings centers e as novas galerias e espaços *gourmet* que reúnem as mais diversas opções para os mais diversos desejos, nota-se que há um empobrecimento da própria ideia de comida socialmente referenciada, coletivamente construída.

Para dar sentido à comida, a construção de um novo imaginário se fez necessária, operando a partir não somente na abundância de opções e produtos, mas também de informações.

Diante do movimento autônomo e aparentemente aleatório da comunidade das mercadorias, surgem múltiplas tentativas para controlá-lo e assegurar a venda das diferentes mercadorias. A condição de dependência para o mercado cria a necessidade de desenvolver os meios de comunicação, os sistemas de informação sobre preços e



quantidades das mercadorias trocadas no mercado, as pesquisas sobre as tendências da demanda, os estudos de mercado centrados nas identidades, os estilos de vida e os padrões de consumo. Mas o aumento na disponibilidade de informação não faz mais que demonstrar a vigência do fetichismo da mercadoria (BACA, LOBERA, 2018, p.91).

A falta de referência social da comida e a necessidade da realização das vendas fazem com que o capital tenha que operar em dar sentido ao próprio valor de uso dessas mercadorias, na qual utiliza, principalmente, de três discursos para dar sentido à cacofonia alimentar que este mesmo criou: a apropriação das noções domésticas/artesanais/tradicionais (NIERDELE, WESZ JÚNIOR, 2018); do nutricionismo (POLLAN, 2008); e da gastronomização/gourmetização (DÓRIA, 2009, 2014; PALMIERI JÚNIOR, 2017). Discursos estes que operam tanto no estandarte mais amplo quanto na criação de novos nichos de consumo.

### 3.3.1 GASTRONOMIZAÇÃO/ GOURMETIZAÇÃO

A virada gastronômica, ou seja, a passagem da culinária para o discurso gastronômico como o centro do debate sobre a comida comanda esta nova construção do gosto. Se o lugar da culinária na sociedade estava associado principalmente ao âmbito doméstico, do comer, com a gastronomia ela ganha outras características, como um espetáculo. Como explicitado por Dória (2014, p.09)

A espetacularização do comer ocupa a cena e esconde o interesse legítimo que temos pelo que levamos a boca. Não é para menos. “Comer” tornou-se hoje uma atividade complexa, multissensorial, a exigir certo “treinamento” do sujeito que se aproxima de um prato construído sob os ditames modernos da gastronomia. O “gosto” já não se refere, como no passado, apenas ao paladar; agora, há uma atenção obrigatória para aromas, texturas e oposições que se constroem no prato. E afinal, o consumidor se pergunta: para que tudo isso?  
(DÓRIA, 2014, p.09)

Ao passo da construção deste discurso, há também uma mudança na forma em que é construída a comunicação em torno da comida e do jornalismo (Tabela 17). A emergência de novos programas de televisão, de *reality shows*, a proliferação de guias gastronômicos, dos prêmios, os chefs de cozinha como estrelas dos mais diversos tipos de programas, da emergência dos *influencers* e *youtubers* que preparam receitas ou avaliam restaurantes; ou seja, emerge-se uma quantidade cada vez maior de mediadores na construção do gosto individual e coletivo da sociedade. O espaço do prazer e da necessidade biológica passa,

portanto, para o prazer do reconhecimento e pertencimento a um agrupamento da sociedade na qual comer em determinados lugares e saber sobre determinados alimentos são requisitos obrigatórios para a sociabilidade.

Tabela 17- Virada no Jornalismo Gastronômico.

	<b>Antes da Virada</b>	<b>Depois da Virada</b>
<b>Domínio</b>	Culinária	Gastronomia
<b>Editoria</b>	Feminina	Cultura e/ou lazer
<b>Gênero</b>	Receita	Crítica e/ou reportagem
<b>Enfoque</b>	Na prática	No discurso
<b>Espaço</b>	Privado (casa)	Público
<b>Protagonista</b>	Cozinheira (no feminino)	Chef (no masculino)
<b>Abordagem</b>	Cotidiana	Cultural

Fonte: Amaral (2019)

O efeito da gastronomização é o desaparecimento principalmente de técnicas culinárias e certos produtos e a incorporação de novos elementos. Nota-se que há, de fato, um afrancesamento das técnicas culinárias, como um processo de refinamento para ser considerado bom para comer (DÓRIA, 2006, 2014). Ao passo deste processo, há também a reinterpretação e a atribuição de novos sentidos dados a certos alimentos. Se o arroz, por exemplo, está na mesa dos brasileiros, agora, nas mais diversas versões, espécies e estabelecimentos especializados, como as risoterias. Outro efeito deste processo é a disseminação de certos produtos alimentares a partir de modismos gastronômicos, talvez, os casos mais explícitos sejam o do salmão e do avocado; consumidos amplamente e, principalmente pelas gerações mais novas, a altos custos sociais e ambientais. No Brasil, outro caso bastante explícito, é a proliferação do que pode ser caracterizado como os *fast-foods gourmet*, encarnadas nas hamburguerias – que também incorpora a ideia de artesanal- e redes de restaurantes consideradas gastronômicas, como Outback Steakhouse, Coco Bambu, Madero e, também, redes de Chefs famosos, como a rede Cão Véio, do jurado do programa MasterChef, Henrique Fogaça.

### 3.3.2 APROPRIAÇÃO DO ÂMBITO DOMÉSTICO/ ARTESANAL/ TRADICIONAL

A virada gastronômica também se apropria do âmbito doméstico/artesanal/tradicional. Este processo tem relação com três fatores: a emergência do discurso gastronômico e a requalificação e incorporação de ingredientes; o deslocamento da referência social da comida

do âmbito doméstico para o público, deslocando, portanto, aspectos simbólicos e materiais; a comida industrializada empobrecida de significado reforça a necessidade da busca de significados sociais mais sólidos, sejam eles novos ou pertencentes a certa memória social existente.

Com efeito, o boom do discurso gastronômico tem ressurgimento do debate em relação à gastronomia brasileira, suas regionalidades e localidades, assim como os seus ingredientes e produtos. Isso pode ser identificado no aumento do número de restaurantes considerados como típicos, regionais; na apropriação de ingredientes e produtos brasileiros pela alta gastronomia; na nacionalização/globalização de ingredientes regionais/locais; e revalorização de produtos artesanais e tradicionais.

Em consonância com Dória (2014, p.21), pode-se estabelecer que em meio ao *boom* de restaurantes étnicos no Brasil, há também a emergência de uma nova fase da culinária brasileira nos grandes centros urbanos. Os chefes de cozinha, inovadores, “cada um por meio do esforço próprio de estilização, buscam situar novamente essa tradição no nosso imaginário e nos desejos do público consumidor, ávido por novidades num momento em que a novidade somos nós mesmos” em um confronto entre a memória social e as coisas elaboradas e inusitadas.

Ao passo da emergência da cacofonia alimentar, alguns ingredientes foram apropriados em uma escala muito mais ampla, como é o caso do açaí e da tapioca no Brasil. Nota-se que a apropriação das técnicas e ingredientes os transformaram em alimentos cujas características consideradas tradicionais são ocultadas pelo novo rearranjo. Influenciado também pelo nutricionismo, estes alimentos socialmente referenciados são incorporados desde os nichos de mercados de produtos caracterizados como saudáveis à descaracterização total a partir das redes de *fast-food* de açaí e a gourmetização da tapioca.

A própria concepção de Plantas Alimentícias Não-Convencionais (PANCs) que é amplamente difundida pelo conjunto dos discursos nutricional e gastronômico é parte deste processo de apropriação de um saber coletivo ocultado e reconfigurado como mercadoria. Surgindo dos trabalhos de Valdely Kinupp, o acrônimo PANCs tem ganhado força nos debates acadêmicos, principalmente através do discurso do consumo consciente e da sustentabilidade. De acordo com Kinupp e Lorenzi,

PANC nada mais é do que um acrônimo para tentar contemplar as ‘Plantas Alimentícias Não Convencionais’, ou seja, plantas que possuem uma ou mais das categorias de uso alimentício [...] mesmo que não sejam comuns, não sejam

corriqueiras, não sejam do dia a dia da grande maioria da população de uma região, de um país ou mesmo do planeta, já que temos atualmente uma alimentação básica muito homogênea, monótona e globalizada. [...] O conceito PANC nos parece o mais adequado, o mais amplo, contemplando todas as plantas que têm uma ou mais partes ou porções que pode(m) ser consumida(s) na alimentação humana, sendo elas exóticas, nativas, silvestres, espontâneas ou cultivadas (KINUPP; LORENZI, 2014, p. 14-15).

Ao retomarmos o debate sobre a solução do dilema do onívoro e da construção do gosto a partir de múltiplas determinações, a conceituação de PANC parece ocultar a construção social daquilo que é considerado comestível, como parte do próprio discurso da cacofonia alimentar neoliberal. Como analisado por Dória (2019), a caracterização dos ingredientes a partir das PANCs nega a perspectiva de construção histórica da alimentação humana, a partir da ocultação do trabalho- no sentido da ocultação do desenvolvimento da produção e da agricultura como também das técnicas de cocção socialmente referenciadas- e um elogio à flora, a natureza como algo a ser explorado pelos comensais modernos e a ciência hegemônica.

Este processo de enaltecimento e espetacularização dos ingredientes brasileiros, na qual as PANCs fazem parte, reconfigura também a “comida invisível”– da biodiversidade cultivada e manejada por agrupamentos cuja variabilidade e saberes ainda permanecem, mas não são amplamente conhecidos (KATZ, 2009)- de duas formas. A primeira é a articulação entre os chefes da alta gastronomia e as comunidades tradicionais, no fornecimento de matérias primas consideradas exóticas para o deleite dos comensais urbanos; a segunda é a forma com que o discurso em relação ao “resgate” de produtos da sociobiodiversidade não acompanha o resgate das técnicas de cocção utilizadas em suas preparações, remetendo a ideia de artesanal, entre o moderno e o tradicional.

Outro elemento deste discurso é a construção de novos mercados a partir da incorporação do artesanal a partir das dimensões locais e globais. Como identificado por Nierdele e Wesz Júnior (2018, p. 194),

O significado de artesanal evidencia um “toque” específico que caracteriza cada produto, o diferencia e o individualiza. Nos mercados, os alimentos artesanais são apresentados em contraposição à produção industrial, massificada e padronizada, pois sua distinção está em ressaltar características dos produtos que dificilmente pode ser alcançados na produção em grande escala, conduzida por máquinas automáticas, baseada em ingredientes uniformes e pautada em receitas desenraizadas. Pelo contrário, as práticas que sustentam seu significado geralmente envolvem produção em escalas reduzidas, com tecnologias que não são completamente automatizadas, a utilização de ingredientes locais e o uso de receitas (conhecimentos) tradicionais (NIERDELE, WESZ JÚNIOR, 2018, p. 194).

Neste sentido, há a reconfiguração dos mercados de produtos considerados tradicionais feitos artesanalmente, como as variedades de queijos, vinhos, frutas, cortes de animais, onde se incorpora a agricultura familiar; enquanto outros dois processos mais distintos, a importação de produtos considerados tradicionais ou artesanais produzidos em diversos locais do mundo e amplamente difundidos pelo modismo gastronômico, assim como os novos empreendimentos considerados artesanais, como pode ser identificado na produção de cervejas, queijos e panificados (NIERDELE, WESZ JÚNIOR, 2018).

### 3.3.3 NUTRICIONISMO

O nutricionismo se refere à ideologia de reduzir a ideia de comida à de nutrientes (POLLAN, 2008; SCRINIS, 2008). Este foco nos nutrientes tem se tornado dominante e tem determinado e reordenado o que tem sido compreendido como comida e a relação entre a alimentação e o corpo. O paradigma do nutricionismo é definido pela redução das múltiplas determinações do comer aos seus componentes nutricionais/bioquímicos, no qual se conforma uma ideologia que tem coordenado e comandado a noção de alimentação/corpo saudável, que reduz as dietas e comida aos efeitos biológicos no corpo humano a partir da análise dos componentes individuais de cada alimento (SCRINIS, 2008).

Se a ideia de comer e nutrir foram complementares e integrantes na construção dos sistemas culinários e dos sistemas alimentares, o nutricionismo tem corrompido e diferenciado as similaridades dos conceitos, quase como antagônicos. Como já foi estabelecido, se aquilo que é considerado comestível é baseado nas relações sociais constituídas em um determinado tempo e espaço, a ideia de nutrir-se que se apresenta hoje está associada à composição química dos alimentos, não remetendo a comida e seus significados sociais (DÓRIA, PELLERANO, 2019).

Se a ideologia do nutricionismo se baseia nas noções bioquímicas/nutricionais dos alimentos individualizados, o que é considerado bom para comer é a soma de determinados nutrientes, em determinada quantidade, no devido intervalo de tempo. Aos comensais, agora sob o imperativo do “eu” autônomo, em meio a uma cacofonia alimentar, numa situação de abundância e crise, o nutricionismo é apresentado como uma alternativa para a escolha daquilo que é considerado melhor para comer em meio à coleção de mercadorias. Como estabelecido por Pollan (2008, p.35), uma “vez que os nutrientes, ao contrário dos alimentos,

são invisíveis e, portanto, ligeiramente misteriosos, cabe aos cientistas (e aos jornalistas, por intermédio de quem os cientistas atingem o público) nos explicar a realidade oculta dos alimentos”.

A ideologia do nutricionismo, portanto, tem três objetivos. O primeiro é readequar o imaginário em torno da comida industrializada a partir do reordenamento bioquímico/nutricional dos alimentos e a utilização dos mediadores deste discurso para comprovar estas transformações. O segundo é a criação de novos estandartes e novos modismos a partir da apropriação de ingredientes, operando sob a perspectiva do fetichismo, tanto dos ingredientes quanto dos componentes bioquímicos. O terceiro, ocultar os efeitos degradantes socialmente e ambientalmente ao focar o discurso às composições nutricionais que são invisíveis.

Os efeitos degradantes aos sistemas alimentares e a saúde pela comida industrializada incitam que as *Big Foods* tenham que encontrar respostas para continuarem a acumular capital. Nesse sentido, a apropriação e a manipulação do conhecimento nutricional a partir do nutricionismo e a constituição de um novo imaginário sobre a comida principalmente da comunicação.

De acordo com Crapp e Scrinis (2017) as empresas têm apresentado suas alternativas para continuar no mercado e ao mesmo tempo apresentar respostas às preocupações nutricionais e da saúde pública. Como demonstrado pela Tabela 18, se as preocupações são em torno das deficiências nutricionais, o excesso do consumo e a construção de uma nutrição ideal, as empresas apresentarão suas alternativas: a fortificação dos alimentos para a supressão das deficiências de micronutrientes; a reformulação para a redução da quantidade de componentes alimentares; a funcionalização a partir da adição de componentes alimentares associados a dietas ideais ou da moda.

Tabela 18- Estratégias das empresas *Big Foods*<sup>3</sup> em resposta a preocupações nutricionais

<b>Preocupações relacionadas à Nutrição</b>	<b>Resposta Nutricional Corporativa</b>
Deficiências nutricionais e condições de saúde associadas (ex. anemia por deficiência de ferro e perda de visão).	<b>Fortificação</b> de alimentos para adicionar micronutrientes como vitaminas e minerais essenciais
Super nutrição e condições de saúde associadas (por exemplo, obesidade, doenças cardíacas e pressão alta).	<b>Reformulação</b> de alimentos para reduzir certos componentes como açúcar, sal e gordura saturada.

<sup>3</sup> As grandes corporações multinacionais do setos de alimentos e bebidas

---

A busca por uma nutrição ideal e prevenção de doenças.

**Funcionalização** de alimentos para adicionar componentes alimentares associados à saúde ideal, como ômega-3, *fatty acids*, bactérias benéficas e antioxidantes.

---

Fonte: Clapp e Scrinis (2017).

Nierdele e Wesz (2018) identificaram também que as mudanças têm sido praticadas de duas formas. A primeira é a relacionada às pressões sociais em torno do produto, ou seja, as mudanças ocorrem em resposta às transformações do consumo e das imposições normativas do Estado. Já a segunda forma é operada pela apropriação do discurso de saudável de tal forma em que utilizar-se de informações externas ao próprio produto para caracterizá-lo, sendo assim, não há mudanças no processo de produção, como é o caso da propaganda dos óleos vegetais que expressam em seus rótulos a ausência de colesterol, característica de qualquer óleo desta origem.

Este processo evidencia como o fetiche tem operado em torno do discurso do nutricionismo. De acordo com Scrinis (2008) há a passagem da ideia de bom para comer para bom para nutrir, que transforma os ingredientes em superalimentos ou em vilões através de sua composição nutricional, discurso este que tem sido hegemônico da ideia de alimentação saudável.

De acordo com o Guia Alimentar para a População Brasileira,

É crescente a quantidade de matérias na televisão, rádio, revistas e internet com informações e recomendações sobre alimentação e saúde. Entretanto, a utilidade da maioria dessas matérias é questionável. Com louváveis exceções, tendem a enfatizar alimentos específicos, propagados como “superalimentos”, e ignoram a importância de variar e combinar alimentos. Nessa medida, induzem modismos e levam à depreciação de alimentos e práticas alimentares tradicionais. Não raro alimentação saudável é confundida com dietas para emagrecer. Por vezes, matérias que se dizem informativas são na verdade formas veladas de fazer publicidade de alimentos ultraprocessados (BRASIL, 2014, p. 105).

Esta concepção de alimentação saudável também transformou algumas cadeias de produção de alimentos em cadeias de produção de superalimentos, como é o caso da produção do abacate no México, do salmão no Chile, da quinoa nos países andinos e do açaí no Brasil, em que se oculta os problemas ambientais e sociais causados sob o discurso do saudável. Neste sentido, a construção de alternativas dos *Big Foods* para as novas demandas e exigências encheram as gôndolas dos supermercados com produtos orgânicos, fortificados, reformulados, funcionais e nutritivos de forma desarticulada da construção social daquilo que

é bom para comer, se apresenta, portanto, como mais um alternativa de escolha dentro da cacofonia alimentar. Como identificado por Scrinis e Monteiro (2018), a reformulação que ocorre nos alimentos ultraprocessados pode, ao invés de promover uma alimentação mais saudável, apenas reforçar e concentrar o mercado de produtos ultraprocessados dos *Big Foods*.

Se a cacofonia alimentar apresenta produtos cuja qualidade é questionável, o nutricionismo aparece como alternativa, como redenção a um consumo de aparência mais consciente e saudável. Ideologia esta que não pertence mais ao domínio da ciência nutricional e sim ao grande capital, o nutricionismo é a santidade promovida pelo próprio capital pelas ansiedades que este mesmo criou.

### 3.3.4 EFEITOS E CONTRADIÇÕES DA ABUNDÂNCIA/ CRISE ALIMENTAR

O capital tem operado de forma conjunta estes discursos como parte do processo mais amplo do fetiche. Conforme demonstra a Tabela 19, nas prateleiras dos supermercados os produtos são apresentados a partir da constituição deste imaginário que tenta dar sentido à utilidade das coisas, na tentativa de satisfazer necessidades criadas pelo próprio capital.

Tabela 19- Atribuição de valores de uso em produtos da cesta básica comercializados em Supermercados de Campinas- Pão de Açúcar e DIA.

<b>Produto</b>	<b>Atributos de Venda</b>
<b>Café</b>	Tradicional, Extra Forte, Premium, Gourmet, Grãos Bourbon, Sabor Da Fazenda, Regiões Brasileiras, Clássico, Intenso, Original, Nobre, Exportação, Especial, Sabor Amêndoas Torradas, Origem Colombiana, Origem Timor, À Vácuo.
<b>Arroz</b>	Sete Grãos, Premium, Com Quinoa, Com Linhaça, Com Doze Grãos, Com Sete Grãos, Em Saquinhos, Cozinha Indiana, Canadense, Italiana, À Vácuo.
<b>Manteiga/margarina</b>	Extra Cremosa, Supreme, Aerada, Manteiga Com Margarina Cremosa, Premium, Sabor Alho E Cebola
<b>Pão de forma</b>	7 Grãos, 12 Grãos, 15 Grãos, Com Frutas E Grãos, Com Castanha E Quinoa, Com Girassol E Gergelim, Com Chia E Macadamia, 100% Integral, Supreme, Premium, Bagel (Pães Do Mundo), Junior, Sem Casca, Com Vitaminas, Light, Zero Açúcar, Colesterol E Gordura Trans.
<b>Macarrão</b>	Tricolor, Sem Glúten, Natural, Caseiro, Com Farelo De Trigo, Com E Sem Ovos
<b>Molho de tomate</b>	Com Tomate Cereja E Parmesão, Orgânico, Francês, Com Tomate Italiano, 100 % Natural, Com Manjericão, 0 Gordura, Com Azeitona, Com Azeite De Oliva, Tipo Caseiro, Bolonhesa, Toscano, Napolitano, Com Gorgonzola, Sabor Pizza, Com Azeite De Oliva.



<b>Hambúrguer</b>	Picanha, Costela, Fraldinha, File, Carne Angus, Mignon, Soja Opções (Alho, Azeitona, Ervas Finas, Orégano), Orgânico, Prime, 100% Natural, Livre De Transgênico, Caseiro, Premium.
<b>Suco de Laranja de Caixinha</b>	Misto Detox, Com Laranja Vermelha, Com Maça, Integral, Com Gominhos, Com Vitaminas E Minerais, 100%, Caseira, Nada De Corante, Light.

Fonte: Palmieri Júnior (2017), adaptado.

A forma como o fetiche atua na comida-mercadoria, portanto, opera para dar sentido às próprias contradições do modo de produção. Se a comida se relaciona com o lugar, ou seja, a construção de significados sociais e das dimensões contraditórias da vida, a partir da memória, dos sentidos, do corpo e da história; ao se corromper a ideia do lugar da comida e a construção de um não-lugar, um espaço fictício e mistificado no qual as determinações biológicas e do prazer da comida, tornando-a um espetáculo.

A ideia de não-lugar de Carlos (1996) reforça a ideia da espetacularização na forma em que as dimensões materiais e do imaginário têm sido transformadas pelo imperativo do capital, onde cria-se um cenário de ilusão e de assimilação das necessidades do capital metamorfoseados em necessidades humanas, na qual se oculta, a partir do fetiche, os reais desejos da valorização de capital (BACA, 2017; BACA, LOBERA, 2018).

Com a crise estrutural do capitalismo e as desigualdades de acessos ao mercado a relação entre o desejo e a aquisição de fato dos bens materiais parecem se tornarem cada vez mais distantes. Na medida em que amplia o desemprego e a desigualdade de renda, vemos o aumento da espetacularização da comida, a permanência da associação entre a construção do valor de uso atribuído pelo capital aos seus produtos e sua assimilação na construção tanto do gosto quanto na relação de confiança no alimento. Em meio à construção de um não-lugar, a marca ressurgue como este processo de fixação da ideia de bom e de confiança, como o novo lugar das relações sociais e da memória na construção de identidades.

Se 70% das pessoas mudaram seus hábitos alimentares e de consumo devido à crise brasileira, o imperativo da marca (53%) ainda é item mais considerado ao se comprar um alimento industrializado, superando o fato de ser gostoso (40%) e barato (34%), de acordo com a pesquisa realizada pela Federação das Indústrias do Estado de São Paulo (FIESP) e Centro das Indústrias do Estado de São Paulo (CIESP), sobre os hábitos alimentares dos brasileiros (FIESP; CIESP, 2018); tendência que permanece também para produtos processados.

A alimentação brasileira se apresenta tanto no sentido histórico quanto no período atual, como um processo de continuidades e descontinuidades, um espaço propício para a

assimilação de novas necessidades e transformações no sentido dos valores de uso atribuídos a outros produtos. Se há a assimilação da comida industrializada, e a conformação de um novo gosto, ainda há a permanência tanto no sentido da frequência, como no sentido da conformação de um gosto nacional pelo arroz e o feijão, e que, agora, passa a ter como mediador de sua qualidade e expressão dos esforços empreendidos pelos sujeitos a marca consumida (FIESP; CIESP, 2018).

Se as preparações que constituíram os sistemas culinários brasileiros estão mais ligadas à memória do que à materialidade, em que as referências sociais e elaborações que são encontradas hoje se tornam quase como um resgate de algo distante e em lugares cada vez mais invisíveis (DÓRIA, 2014), o arroz e o feijão talvez sejam os registros mais fortes deste ordenamento culinário, mesmo que agora com outros sabores e acompanhamentos. “Arroz e feijão sempre da mesma marca, outras coisas eu até arrisco” (p.43). “Se o produto de uma marca ruim está estragado, a culpa é da marca. Se o produto de uma marca boa está estragado, a culpa é do mercado” (p.47). As marcas do arroz e do feijão, portanto, fazem parte do que é considerado como comida no cotidiano das pessoas, uma forma de dar dignidade a aquilo que é considerado básico.

Em meio a este cenário econômico, e as necessidades de adotar mudanças no sentido do consumo da comida, devido à diminuição da participação da classe trabalhadora na riqueza social, FIESP e CIESP (2018) identificaram que as principais mudanças no consumo foram priorização da compra de alimentos na promoção (86%); aumento da pesquisa de preço antes da compra (82%); a compra de alimentos de marcas mais baratas (75%); o aumento do número de refeições preparadas em casa (74%); a mudança do local de compra, para lugares mais baratos (70%). Como resultado, nota-se o aumento da responsabilização na preparação de refeições dentro do lar; o aumento da frequência em que se cozinha; a diminuição do número de produtos semi-prontos; a diminuição da disposição de desembolso de rendimentos para a aquisição de produtos de fácil preparo e por embalagens mais práticas, devido às noções mais claras de controle dos gastos; procurando com mais frequência por alimentos com descontos e promoção.

Outro efeito que pode ser apontado é a desaceleração do percentual de refeições realizadas fora do lar. Se entre a POF de 2002-2003 e a POF 2008-2009 o aumento do consumo fora do domicílio foi de 7,0%, entre a POF de 2008-2009 e a POF de 2017-2018 foi de apenas 1,7%, apesar da diminuição dos preços dos alimentos durante este período. Isso significa que a captura de renda a partir da alimentação fora do lar, em períodos de crise

econômica, em países de dependência como no Brasil se torna mais volátil pela estrutura que comanda a economia.

Portanto, o espaço da alimentação fora do lar tende a privilegiar a captura de renda de estratos de rendimentos mais elevados, haja vista que a composição de seus rendimentos tende a ser menos volátil do que os estratos de rendimentos mais baixos, cuja realização das necessidades de se alimentar em seu cotidiano se dá principalmente a partir de comidas extremamente baratas, como lanches e marmitas, tendo o setor informal como parte importante na captura destes rendimentos. Os espaços de festividades ou de maior sociabilidade, a sua inserção dos estratos mais baixos, mesmo que dificultosa e com uma menor frequência, os permitem satisfazer as necessidades de pertencimentos ou de distinção social, mesmo que estes espaços sejam cada vez mais caricatos como a de restaurantes especializados, ou a cacofonia alimentar dos buffets e rodízios.

Neste contexto de crise e abundância, em geral, conforme explicitado por Baca (2017), o capital tem operado nesta dependência da alimentação pelo mercado, o que significa que a mercadorização da alimentação e consequentemente do indivíduo determinam os limites e continuidades de realização de suas necessidades; nas condições impostas à reprodução social dos indivíduos; nas exigências imposta a própria comida e a delimitação daquilo que é bom para comer. Neste sentido, compreende-se que o consumo e a comida têm sido transformados no Brasil sob o imperativo do capital, operando sobre os mais diversos fatores para a realização de suas necessidades.

## CONCLUSÃO

Pode-se concluir, portanto, que a comida que em sua aparência é apresentada a partir das necessidades humanas, biológicas ou culturais se transforma no neoliberalismo em uma mediação entre a produção e a realização do valor. Se o trabalho constitui uma mediação entre os seres humanos e a natureza, no atual estágio do capitalismo, tanto as dimensões do valor de troca e do valor de uso tem sido utilizadas como um eixo de acumulação, o que significa o processo de alienação do trabalho, mas também de alienação do consumo.

A cultura do capitalismo e a constituição de um novo imaginário social não se restringem, então, à noção comumente utilizada da ideia de distinção social do consumo, mas na forma em que o capital incorpora os sentidos dados às mercadorias pelos consumidores ou criadas por eles mesmos, para convertê-los em lucro.

Diante disso, as necessidades cotidianas de se alimentar se tornaram um terreno fértil para as necessidades do capital, principalmente financeiro, desde apropriação da terra e da natureza ao descarte, não somente entre a produção, a distribuição e o consumo. A relação entre a alimentação e o capital vem se convergindo em torno dos mesmos objetivos, ganhando no neoliberalismo uma nova configuração, e um conjunto novo de mediações e sentidos dados pelo capital.

Ao passo dessas novas e velhas mediações, a contradição entre as necessidades humanas e as do capital implicam riscos ambientais e sociais, deixando um conjunto da população em margens muito estreitas para a efetivação de suas necessidades. A cacofonia alimentar, portanto, é um marco da estrutura do sistema alimentar global capitalista, em que a fome e a abundância são necessárias para o seu funcionamento.

Foi observado no trabalho como estas transformações foram sendo realizadas no Brasil e como estão sendo apropriados discursos e saberes, sejam eles de um menor grupo ou da sociedade brasileira como um todo, para dar sentido à comida-mercadoria.

As novas formas da comida, de se comer e os novos espaços sociais, fizeram com que surgissem novas mediações próprias deste período, como novas formas de trabalho – sejam eles dos serviços de entrega, do aumento do setor de alimentação fora do lar, da ciência de alimentos, da engenharia de alimentos, da nutrição e da gastronomia -, a diminuição do papel do Estado na garantia da soberania, da segurança alimentar e nutricional e do direito humano à alimentação adequada, a financeirização de todo o sistema alimentar e a conversão do valor

de uso das mercadorias com os sentidos dados pelo capital, a partir da ideia do “eu” autônomo.

Cabe, portanto, a nós que levamos a comida a sério, nos apropriar da comida no sentido de sua totalidade, na construção de uma agenda que tenha capacidade de compreensão das transformações dadas pelo capital e o processo de resistência a este movimento. À medida que o capital tem transformado o sistema alimentar, há, também, um conjunto de experiências de resistências que devem ser difundidas e alimentadas, que tem dado início a uma nova construção e transformação real na sociedade.

Isso significa que devemos explorar estas próprias contradições da crise alimentar para a construção de alternativas capazes de converter estes efeitos. Ou seja, a realização de uma nova agenda deve levar em consideração as formas de construção do gosto e dos sistemas culinários, bem como se distanciar do discurso individualista do consumo consciente assentado na ideia do “eu” autônomo, do nutricionismo ou da cooptação dos saberes tradicionais e das técnicas de produção da agroecologia como nichos de mercado.

A espetacularização da comida deve ser convertida na ideia de uma comida segura e saudável, capaz de reordenar as cozinhas brasileiras em torno da satisfação das necessidades humanas, o que implica em uma transformação da apropriação na natureza, da produção agrícola, no processamento, no transporte, na forma de abastecimento, no resgate e na inovação das técnicas culinárias e das formas em como se come, onde se come e com quem se come.

A noção de comida de verdade, por mais que tenha sido utilizada pela cultura hegemônica, deve ser compreendida como a garantia dessas necessidades, que deve levar em consideração a totalidade da comida, e não apenas as formas em que se apresenta para o consumidor final. A comida de verdade deve estar associada às alternativas agroecológicas, a centralidade do papel do Estado na promoção e regulação de todo o sistema alimentar, a políticas públicas capazes de reeducar os comensais em torno da disponibilidade sazonal dos alimentos, da variabilidade, na diminuição do consumo de ultraprocessados e de produtos de origem animal.

Como pode ser percebido, não são soluções de curto ou médio prazo, principalmente no atual cenário da conjuntura brasileira e o desmonte das políticas públicas. O *boom* gastronômico que converteu a comida em um espetáculo, deixou o debate da garantia das necessidades humanas básicas e da soberania e segurança alimentar e nutricional como coadjuvantes.

Mais uma vez, é necessário que se leve a comida a sério.

## REFERÊNCIAS

- ALBRITTON, Robert. Theorizing the realm of consumption in Marxian Political Economy. In. ALBRITTON, Robert; SEKINE, Thomas. **A Japanese approach to Political Economy: Unoist Variations**. Nova York: St. Martin's Press, 1995.
- ALBRITTON, Robert. **Let them eat junk: How capitalism creates hunger and obesity**. Londres: Pluto Press, 2009.
- ALVES, Ana Rodrigues Cavalcanti. O conceito de hegemonia: de Gramsci a Laclau e Mouffe. **Lua Nova**, v. 80, p. 71-96, 2010.
- AMARAL, Marisa Silva; CARCANHOLO, Marcelo Dias. Superexploração da força de trabalho e transferência de valor: fundamentos da reprodução do capitalismo dependente. In. FERREIRA, Carla; OSÓRIO, Jaime; LUCE, Mathias. **Padrão de reprodução do capital: contribuições da teoria marxista da dependência**. São Paulo: Boitempo Editorial, 2012.
- AMARAL, Renata Maria do. Virada Gastronômica: como a culinária dá lugar a gastronomia no jornalismo Brasileiro. **Esferas**, n.15, p. 56-66, 2019.
- ANDERSON, Perry et al. Balanço do neoliberalismo. **Pós-neoliberalismo: as políticas sociais e o Estado democrático**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, p. 9-23, 1995.
- ANGELI, José Mario. Gramsci, Hegemonia e Cultura: relações entre Sociedade Civil e Política. **Revista Espaço Acadêmico**, n. 122, p. 123-132, jul. 2011.
- ANTUNES, Jadir. Marx e o fetiche da mercadoria dinheiro. **Revista Dialectus- Revista de Filosofia**, n. 12, p. 139-162, 2018.
- BACA, Andrea Santos. **Crisis alimentaria: un análisis desde la Crítica de la Economía Política**. Tese (Doutorado em Economia)- Faculdade de Economia, Universidade Federal Fluminense, 265p, 2017.
- BACA, Andrea Santos; LOBERA, Gloria Idalia Baca. Em busca da ordem no caos: o que é bom para comer no capitalismo do século XXI. **Geografares**, n. 25, p. 82-104, 2018.
- BARBOSA, Lívia. Arroz com feijão e feijão com arroz: o Brasil no prato dos brasileiros. **Horizontes Antropológicos**, v. 28, p. 87-116, 2007.
- BEARDSWORTH, Alan; KEIL, Teresa. The vegetarian option: varieties, conversions, motives and careers. **The Sociological Review**, v. 40, n. 2, p. 253-293, 1992.
- BEARDSWORTH, Alan. The management of food ambivalence: erosion and reconstruction?. In. MAURER, Donna; SOBAL, Jeffery (Ed.). **Eating agendas: food and nutrition as social problems**. Nova York: Aldine Gruyter, 1995. p. 117-143.
- BELIK, Walter. Impasses in transformation of the food system. **Future of Food: Journal on Food, Agriculture and Society**, v. 6, n. 2, p. 5-8, 2018.

BLEIL, Susana Inez. O padrão alimentar ocidental: considerações sobre a mudança de hábitos no Brasil. **Cadernos de Debate**, v.6, n.1, p. 1-25, 1998.

BORRAS JUNIOR, Saturnino; *et. al.* The rise of flex crops and commodities: implications for research. **Journal of Peasant Studies**, v.43, n.1, pp. 93–115, 2016.

BRASIL. Decreto n. 399, de 30 de abr de 1938. **Aprova o regulamento para execução da Lei n. 185, de 14 de janeiro de 1936, que institui as Comissões de Salário Mínimo.** Rio de Janeiro, 1938.

BRASIL. Ministério da Saúde. **Guia alimentar para a população brasileira.** Brasília: Ministério da Saúde, 2014.

CARLOS, Ana Fani Alessandri. **O lugar no/do mundo.** São Paulo: Hucitec, 1996.

CARNEIRO, Ricardo. Padrões de consumo nos anos 1990: evidências preliminares. **Economia e Sociedade**, v. 10, n. 2, p. 141-150, 2001.

CARVALHO, Abdias Vilar de. **O tempo social visto por um sociólogo.** Rio de Janeiro: Editora Multifoco, 2018.

CASTORIADIS, Cornelius. **A Instituição imaginária da sociedade.** Rio de Janeiro. Paz e Terra, 1982

CASTRO, Armando Barros de. Observações sobre a indústria brasileira de alimentos. **Revista de Administração de Empresas**, v17, n. 6, p. 71-79, 1977.

CERNI, Paula. The age of consumer capitalism. **Cultural Logic**, v. 10, n. 1, p. 1-38, 2007.

CERNI, Paula. Consumerism. In: FINE, Ben; SAAD FILHO, Alfredo (Ed.). **The Elgar companion to Marxist economics.** Edward Elgar Publishing, p. 78-83, 2012.

CLAPP, Jennifer; SCRINIS, Gyorgy. Big food, nutritionism, and corporate power. **Globalizations** v.14, n.4, p.578-595, 2017.

COELHO, Alexandre Bragança; AGUIAR, Danilo Rolim Dias de; FERNANDES, Elaine Aparecida. Padrão de consumo de alimentos no Brasil. **Revista de Economia e Sociologia Rural**, v. 47, n. 2, p. 335-362, 2009.

CONTRERAS, Jesús; GRACIA, Mabel. **Alimentação, sociedade e cultura.** Rio de Janeiro: Editora Fiocruz, 1ª reimpressão, 2015.

COUTINHO, Carlos Nelson. **Gramsci: estudo sobre seu pensamento político.** Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1999.

DIEESE. **Metodologia da Cesta Básica de Alimentos.** 2009. Disponível em <<https://www.dieese.org.br/metodologia/metodologiaCestaBasica.pdf>> acesso em 03 dez 2019.



DIEESE. **Nota técnica**. N. 201. Jan. 2019. Disponível em < <https://www.dieese.org.br/notatecnica/2019/notaTec201SalarioMinimo.html>> acesso em 21 jan 2020.

DIEESE. **Pesquisa nacional da Cesta Básica de Alimentos**: salário nominal e necessário. 2020. Disponível em < <https://www.dieese.org.br/analisecestabasica/salarioMinimo.html>> acesso em 21 jan 2020.

DIEZ-GARCIA, Rosa Wanda. Reflexos da globalização na cultura alimentar: considerações sobre as mudanças na alimentação urbana. **Revista de Nutrição**, v. 16, n.4, p.483-492, 2003.

DÓRIA, Carlos Alberto. **Estrelas no céu da boca**: escritos sobre a culinária e a gastronomia. São Paulo: Editora SENAC, 2006.

DÓRIA, Carlos Alberto. **A culinária materialista**: construção racional do alimento e do prazer gastronômico. São Paulo: Editora SENAC, 2009.

DÓRIA, Carlos Alberto. **Formação da Culinária Brasileira**: escritos sobre a cozinha inzoneira. São Paulo: Editora Três Estrelas, 2014.

DÓRIA, Carlos Alberto. Entre porotos e feijões. **Revista de Administração de Empresas**, v. 58, n. 3, p. 325-331, 2018.

DÓRIA, Carlos Alberto. A sociologia da culinária brasileira de uma perspectiva materialista. **Revista Inter-Legere**, v. 2, n. 25, p. 1-10, 2019.

DÓRIA, Carlos Alberto; BASTOS, Marcelo Corrêa. **A culinária caipira da Paulistânia**: a história e as receitas de um modo antigo de comer. São Paulo: Editora Três Estrelas, 2018.

DÓRIA, Carlos Alberto; PELLERANO, Joana. Comida vs Alimento: cultura e nutrição a partir do programa paulistano “Alimento para todos”. **Revista do Centro de Pesquisa e Formação**, n. 08, 2019.

ENGELS, Friederich. O papel do trabalho na transformação do macaco em homem (1876). **Revista Trabalho Necessário**, v. 4, n. 4, 2006.

ESSEX, Jamey. The neoliberalization of agriculture: regimes, resistance, and resilience. In. SPRINGER, Simon; BIRCH, Kean; MACLEAVY, Julie (Eds.) **Handbook of Neoliberalism**. Nova York e Londres: Editora Routledge, p. 542-553, 2016.

FIESP; CIESP. **A mesa dos Brasileiros**: transformações, confirmações e contradições. São Paulo: FIESP/CIESP, 2018.

FINE, Ben. **The world of consumption**: the material and cultural revisited. Londres e Nova York: Editora Routledge, 2002.

FINE, Ben. Political Economy to consumption. In. Miller, Daniel (Ed.). **Acknowledging consumption**. Londres: Editora Routledge, 2005.

FINE, Ben. Addressing the consumer. In. TRENTMANN, Frank. **The making of the consumer: knowledge, power and identity in the modern world**. Nova York: Editora Berg Publishers, 2006.

FINE, Ben. Consumption matters. **Ephemera**, v. 13, n. 2, p. 217-248, 2013.

FINE, Ben; HEASMAN, Michael; WRIGHT, Judith. **Consumption in the age of affluence: the world of food**. Londres e Nova York: Editora Routledge, 2002.

FINE, Ben; BAYLISS, Kate; ROBERTSON, Mary. The Systems of Provision approach to understanding consumption In. KRAVETS, Olga et al. (Ed.). **The SAGE handbook of consumer culture**. Londres: Editora SAGE, 2018.

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

FONTENELLE, Isleide Arruda. **O nome da marca: McDonald's, fetichismo e cultura descartável**. São Paulo, Boitempo Editorial, 2002.

FONTENELLE, Isleide Arruda. O Fetiche do Eu Autônomo: consumo responsável, excesso e redenção como mercadoria. **Psicologia e Sociedade**, v. 22, p. 215-224, 2010.

FONTENELLE, Isleide Arruda. Consumo como Investimento: A Produção do Consumidor Saudável pela Mídia de Negócios. **Comunicação, Mídia e Consumo**, v. 9, p. 133-152, 2012.

FONTENELLE, Isleide Arruda. O Consumo e a Cultura do Capitalismo. **GV Executivo**, v. 14, p. 26-29, 2015.

FONTENELLE, Isleide Arruda. **Cultura do consumo: fundamentos e formas contemporâneas**. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2017.

FOSTER, John Bellamy. Marxismo e Ecologia: fontes comuns de uma Grande Transição. **Lutas Sociais**, v. 19, n. 35, p. 81-97, 2015.

FRANCO, Ariovaldo. **De caçador a gourmet: uma história da gastronomia**. São Paulo: Editora SENAC São Paulo, 2004.

FUCHS, Christian. **Culture and economy in the age of social media**. Nova York e Londres: Editora Routledge, 2015.

GOMES JÚNIOR, Newton Narciso. **Segurança Alimentar e Nutricional como princípio orientador de Políticas Públicas no marco das Necessidades Humanas Básicas**. Tese (Doutorado em Política Social) – Departamento de Serviço Social, Universidade de Brasília, p. 338, 2007.

GOMES JÚNIOR, Newton Narciso; PINTO, Henrique Salles; LEDA, Luisa Corrêa. Alimento e comida: sistema de abastecimento e consumo alimentar urbano. **Guaju**, v. 2, n. 1, p. 61-76, 2016.

GOODY, Jack. **Cocina, cuisine y clase**: estudio de sociología comparada. Barcelona. 1ª Edición. Editora Gidesa, 1995.

GRESPLAN, Jorge. **Marx e a crítica do modo de representação capitalista**. São Paulo: Boitempo Editorial, 2019.

HARVEY, David. **Para entender O Capital**: livro 1. São Paulo: Boitempo Editorial, 2015.

HECK, Marina de Camargo. Comer como atividade de lazer. **Revista Estudos Históricos**, v. 1, n. 33, p. 136-146, 2004.

HOLT-GIMÉNEZ, Eric. **A Foodie's Guide to Capitalism**. Nova York: New York University Press, 2017.

IBGE, Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Pesquisa de Orçamentos Familiares 2008-2009**: despesas, rendimentos e condições de vida. Rio de Janeiro: IBGE, 2010.

IBGE, Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Pesquisa de Orçamentos Familiares 2008-2009**: análise do consumo alimentar pessoal no Brasil. Rio de Janeiro: IBGE, 2011.

IBGE, Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Pesquisa de Orçamentos Familiares 2017-2018**: primeiros resultados. Rio de Janeiro: IBGE, 2019a.

IBGE, Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua Trimestral**: rendimento médio real, habitualmente recebido por mês e efetivamente recebido no mês de referência, do trabalho principal e de todos os trabalho, por sexo, no terceiro trimestre de 2019. Online: IBGE, 2019b. Disponível em <<https://sidra.ibge.gov.br/tabela/5436#resultado>> acesso em 26 nov 2019.

IBGE, Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Índice Nacional de Preços ao Consumidor Amplo**: tabela 1419 – IPCA. Disponível em <<https://sidra.ibge.gov.br/tabela/1419>> acesso em 25 jan 2020.

JHALLY, Sut. **The codes of advertising**: fetishism and the political economy of meaning in the consumer society. Nova York: Editora Routledge, 2014.

KATZ, Esther. Alimentação indígena na América Latina: comida invisível, comida de pobre ou patrimônio culinário?. **Espaço Ameríndio**, v.3, n.1, p. 25-41, 2009

KINUPP, Valdely Ferreira; LORENZI, Harri. **Plantas Alimentícias Não Convencionais (PANC) no Brasil**: guia de identificação, aspectos nutricionais e receitas ilustradas. São Paulo: Instituto Plantarum de Estudos da Flora, 2014.

LEE, Martyn. **Consumer culture reborn**: the cultural politics of consumption. Nova York: Editora Routledge, 1993.

LUCE, Mathias Seibel. Brasil: nova classe média ou novas formas de superexploração da classe trabalhadora?. **Trabalho, educação e saúde**, v. 11, n. 1, p. 169-190, 2013.

MARX, Karl. Introdução à contribuição à crítica da economia política. In. MARX, Karl. **Contribuição à crítica da economia política**. São Paulo: Editora Expressão Popular, 2008.

MARX, Karl. **O Capital**: Crítica da economia política. Livro I: O processo de produção do capital. São Paulo: Editora Boitempo, 2013.

MARX, Karl. **Grundrisse: manuscritos econômicos de 1857-1858: esboços da crítica da economia política**. São Paul: Editora Boitempo, 2015.

MERCADO MINEIRO. **Pesquisa de Preços de Rodízio de Carnes- Churrascaria**. Online: Mercado Mineiro, 2019a. Disponível em <<http://www.mercadomineiro.com.br/pesquisa/rodizio-churrascaria-pesquisa-precos>> acesso em 26 dec 2019.

MERCADO MINEIRO. **Preços da comida a quilo (kg) - Self-Service**. Online: Mercado Mineiro, 2019b. Disponível em <<http://www.mercadomineiro.com.br/pesquisa/comida-quilo-pf-marmitex>> acesso em 26 dec 2019.

MARINI, Ruy Mauro. Dialética da dependência, 1973. In. TRASPADINI, Roberta; STÉDILE, João Pedro. **Rui Mauro Marini: vida e obra**. São Paulo. São Paulo: Editora Expressão Popular, 2011.

MONDINI, Lenise; MONTEIRO, Carlos Augusto. Mudanças no padrão de alimentação da população urbana brasileira (1962-1988). **Revista de Saúde Pública**, v. 28, p.433-439,1994.

NETTO, José Paulo; BRAZ, Marcelo. **Economia política: uma introdução crítica**. São Paulo: Editora Cortez, 2006.

NETTO, José Paulo. **Introdução ao estudo do método de Marx**. São Paulo: Expressão Popular, v. 2012, 2011.

OPAS. Organização Pan-Americana de Saúde. **Alimentos e bebidas ultraprocessados na América Latina: tendências, efeito na obesidade e implicações para políticas públicas**. Brasília, 2018.

OSÓRIO, Jaime. Padrão de reprodução do capital: uma proposta teórica. In. FERREIRA, Carla; OSÓRIO, Jaime; LUCE, Mathias. **Padrão de reprodução do capital: contribuições da teoria marxista da dependência**. São Paulo: Boitempo Editorial, 2012a.

OSÓRIO, Jaime. América Latina: o novo padrão de exportador de especialidade produtiva- estudo de cinco economias da região. In. FERREIRA, Carla; OSÓRIO, Jaime; LUCE, Mathias. **Padrão de reprodução do capital: contribuições da teoria marxista da dependência**. São Paulo: Boitempo Editorial, 2012.

PALMIERI JÚNIOR, Valter. **A gourmetização em uma sociedade desigual: um estudo sobre a diferenciação no consumo de alimentos industrializados no Brasil**. Tese (Doutorado em Desenvolvimento Econômico) – Instituto de Economia, Universidade de Campinas, 224p, 2017.

- PASSOS, Rodrigo Duarte Fernandes dos. Gramsci, hegemonia e cultura nas relações internacionais. **Anais da I Jornada Internacional de Estudos e Pesquisas em Antonio Gramsci e VII Jornada Regional de Estudos e Pesquisas em Antonio Gramsci**. Fortaleza, 2016.
- PICCIN, Marcos Botton. Gramsci e as culturas subordinadas. **Revista IDEAS – Interfaces em Desenvolvimento, Agricultura e Sociedade**, Rio de Janeiro – RJ, v. 4, n. 1, p. 09-40, jun./jul. 2010.
- POLLAN, Michael. **Em defesa da comida: um manifesto**. Rio de Janeiro: Editora Intrínseca, 2008.
- POULAIN, Jean-Pierre. **Sociologias da Alimentação**. Florianópolis: Editora UFSC, 2004.
- RENTERÍA, Enrique. **A sabor moderno: da Europa ao Rio de Janeiro na República Velha**. Rio de Janeiro: Editora Forense Universitária, 2007.
- ROBINSON, William. Gramsci and Globalisation: From Nation-State to Transnational Hegemony. **Critical Review Of International Social And Political Philosophy**, v.8, n.4, p.559-574, 2005 .
- ROSSI, Paolo. **Comer: necessidade, desejo, obsessão**. São Paulo: Editora UNESP, 2014.
- ROZIN, Elisabeth. **The flavor-principle cookbook**. Nova York: Hawthorn Books, 1973.
- ROZIN, Elisabeth; ROZIN, Paul. Culinary themes and variations. **Natural History**, v. 90, n. 2, p. 6-14, 1981.
- ROZIN, Paul. The selection of foods by rats, humans, and other animals. In: **Advances in the Study of Behavior**. Academic Press, 1976. p. 21-76.
- SAAD FILHO, Alfredo. Teoria marxista do valor: uma introdução. **Análise Econômica**, v. 21, n. 40, p. 159-177, 2003.
- SAAD FILHO, Alfredo. **O valor de Marx**. Campinas: Editora Unicamp, 2011a.
- SAAD FILHO, Alfredo. Crise no neoliberalismo ou crise do neoliberalismo?. **Revista crítica e sociedade**, v. 1, n. 3, p. 6-19, 2011b.
- SAAD FILHO, Alfredo. Neoliberalismo: Uma análise marxista. **Marx e o Marxismo**, v. 3, n. 4, p. 58-72, 2015.
- SANTOS, Carlos Roberto Antunes dos. A comida como lugar de história: as dimensões do gosto. **História: Questões & Debates**, Curitiba, n. 54, p. 103-124, jan./jun, 2011.
- SAUER, Sérgio; BORRAS JUNIOR, Saturnino. ‘Land grabbing’ e ‘Green grabbing’: Uma leitura da ‘corrida na produção acadêmica’ sobre a apropriação global de terras. **Campo-Território: revista de geografia agrária**, v. 11, n. 23, p. 6-42, 2016.
- SCRINIS, Gyorgy. On the ideology of nutritionism. **Gastronomica**, v.8, n.1, p.39-48, 2008.

SCRINIS, Gyorgy; MONTEIRO, Carlos Augusto. Ultra-processed foods and the limits of product reformulation. **Public Health Nutrition**, v.21. n.1, p.247-252, 2018.

WILLIAMS, Raymond. **Palavras-chave**: um vocabulário de cultura e sociedade. São Paulo: Editora Boitempo, 2007.

WILLIAMS, Raymond. **Cultura e materialismo**. São Paulo: Editora UNESP, 2011.