

# V ENEC - Encontro Nacional de Estudos do Consumo Rio de Janeiro - 15 a 17 de setembro de 2010

## Confiança na Alimentação Contemporânea Um estudo de caso na “calçada de alimentação” da UNISUAM (RJ)

Resumo submetido à análise para apresentação oral no Grupo de Trabalho 05 Consumo alimentar:  
ideologias e movimentos

**Autoras: GONÇALVES, Patrícia<sup>1</sup>; GALINDO, Flávia<sup>2</sup>; CARNEIRO, Camila<sup>3</sup>**

### RESUMO

Este *paper* investiga a percepção da categoria confiança na alimentação fora do lar através de pesquisa empírica realizada junto aos estudantes universitários do período noturno do Centro Universitário Augusto Motta – UNISUAM - na cidade do Rio de Janeiro que se alimentam nas barracas dos ambulantes instalados na calçada da faculdade em suas idas às aulas. Para tal estruturamos nossa análise na categoria confiança tendo como aporte teórico principal os trabalhos de Giddens; os de Barbosa sobre hábitos alimentares e sobre o consumo alimentar dos brasileiros a partir de dados das POF's – pesquisas de orçamento familiar. Para esse trabalho foi realizada pesquisa quali e quanti no período de 12/08 a 20/08 de 2010 compreendendo alunos do curso de Administração e Marketing da UNISUAM do período noturno, bem como com os ambulantes instalados na calçada.

**Palavras-chave: confiança, consumo, alimentação**

### INTRODUÇÃO

Este *paper* investiga a percepção da categoria confiança na alimentação fora do lar através de pesquisa empírica realizada junto aos estudantes universitários do período noturno do Centro Universitário Augusto Motta – UNISUAM - na cidade do Rio de Janeiro que se alimentam nas barracas dos ambulantes instalados na calçada da faculdade em suas idas às aulas.

Assim, este trabalho pretende elaborar um diálogo sobre as teorias sociais contemporâneas e o campo da sociologia da alimentação, que - ao propor conhecer como a comida é consumida e como se constitui a prática de comer; investiga a maneira pela qual se estabelece a confiança dos consumidores no que comem (Warde, 1997).

---

<sup>1</sup> Doutoranda UFRRJ/CPDA e professora do departamento de Administração/UNISUAM. rochapatty@hotmail.com

<sup>2</sup> Doutoranda UFRRJ/CPDA, professora substituta do ICHS/UFRRJ, professora tutora do FGV Online e conteudista do CEDERJ. flaviagalindo@uol.com.br

<sup>3</sup> Mestranda UFRRJ/CPDA. camilabatista05@hotmail.com

Como eixo central do trabalho, o estudo sobre confiança se justifica por compreendê-la como uma espécie de bem que conduz à criação de ciclos virtuosos ou viciosos no desenvolvimento da sociedade (Putnam, 1996), corroborando a noção de que confiança possibilita que a vida social decorra de forma mais tranqüila (Luhmann, 1979). A confiança passou a ser bastante observada nas pesquisas em ciências sociais em múltiplas disciplinas, especialmente nas ciências políticas e na investigação de capital social, cultura política e democracia (Lundäsen, 2002).

Warde (2005) torna-se relevante como um dos principais expoentes do consumo alimentar. Warde et all (2007) entendem que é preciso pensar as mudanças decorrentes da globalização para a análise da alimentação contemporânea. O autor descreve o processo de individualização, quando o sujeito se impõe às situações institucionais às quais foi previamente socializado, e informalização, quando o comportamento social menos regulado, e talvez decorrente da individualização.

Refletir essas categorias é um movimento que leva a compreendê-las na atividade social dos contextos organizados e reorganizados das relações sociais da modernidade. Então, em que medida, os indivíduos percebem e atribuem valor aos conceitos de confiança? Como lidam com essas categorias em suas práticas e rotinizações diárias? Esses indivíduos apropriam-se ou não de informações (conhecimento) para estabelecer suas estratégias de confiança? Quais valores emergem dessas posturas individuais e suas possíveis conseqüências?

Para tal estruturamos nossa análise na categoria confiança tendo como aporte teórico principal os trabalhos de Giddens; os de Barbosa sobre hábitos alimentares e sobre o consumo alimentar dos brasileiros a partir de dados das POF's – pesquisas de orçamento familiar.

## **REFERENCIAL TEÓRICO**

Giddens (1991) ao partir da idéia que os indivíduos não são capazes de ter certeza sobre todos os assuntos procura responder a uma questão central para a modernidade:

Por que na maioria das vezes as pessoas confiam em práticas sociais sobre as quais tem pouco ou nenhum conhecimento?

Na busca por responder a esta pergunta, o autor argumenta que a segurança que grande parte das pessoas sente possui sua origem na primeira infância. No entanto, persiste ao longo dos anos, a necessidade de confiança nos outros. Assim, confiança, segurança ontológica e sentimento de continuidade permanecem na vida adulta.

O hábito estabelece uma relação íntima entre segurança ontológica e rotina. A sensação de segurança está diretamente ligada a previsibilidade da rotina.

Dessa forma, o autor se refere à confiança como um sistema em que as relações sociais constroem, incorporam e perpetuam confiança, que podem se dar tanto em interações face-a-face quanto em interações através da distância. No primeiro caso, a confiança é estabelecida entre indivíduos que se conhecem e que, “baseados num relacionamento de longo prazo, substanciaram as credenciais que tornam cada um fidedigno aos olhos dos outros” (p.87). No segundo caso, ao contrário, a confiança se baseia em símbolos e sistemas peritos – sistemas de excelência técnica ou competência profissional que organizam grandes áreas dos ambientes material e social em que vivemos (Giddens, 1991) – e não pressupõe o encontro presencial dos indivíduos ou grupos com os peritos, embora haja pontos de acesso. O autor destaca a importância do contato com símbolos e peritos (ou seus representantes) nestes pontos de acesso, funcionando como mecanismo ou força reguladora que aumenta a sensação de confiança.

Esta sensação se dá pela distinção entre o compromisso com rosto e compromisso sem rosto, que estão relacionados respectivamente com contatos pessoais e impessoais. “Os primeiros se referem a relações verdadeiras que são mantidas por, ou expressas em conexões sociais estabelecidas em circunstâncias de co-presença. Os segundos dizem respeito ao desenvolvimento de fé em fichas simbólicas ou sistemas peritos, os quais tomamos em conjunto, devo chamar de sistema abstratos.” (pg.84) No meio urbano os indivíduos interagem constantemente com outros que pouco conhecem ou desconhecem totalmente, esta interação apesar de se dá de forma contínua tende a ser efêmera.

Os compromissos com rosto colocam atores leigos em relação de confiança. A confiança está relacionada a comportamentos onde a integridade e a confiabilidade se manifesta através de atitudes de “aja-como-de-hábito”. Por exemplo, se é um hábito o uso de luvas para manusear alimentos a serem vendidos, é melhor que o vendedor o faça para conquistar a confiança do cliente. Desta forma, o compromisso com rosto depende diretamente da postura de seus representantes. A confiança é mantida no compromisso com rosto através da postura corporal, do olhar e da gesticulação.

Resumidamente podemos tomar a categoria de confiança a partir de quatro dimensões importantes. A primeira dimensão que podemos considerar é a confiança como um fenômeno social e não um traço de personalidade, podendo ser estudada no nível interpessoal, interorganizacional e institucional. Na segunda dimensão, a confiança é uma estrutura composta por relacionamentos interdependentes. A terceira pode ser estruturada em torno da noção de risco, isto é, a confiança está associada com risco e

incerteza em um relacionamento. E finalmente, a confiança envolvendo a hipótese ou expectativa de que a situação de vulnerabilidade não será uma vantagem para o outro. Em outras palavras, a confiança pode ser vista como uma expectativa positiva de que a outra parte num relacionamento interdependente não irá explorar a vulnerabilidade de quem confia, abrindo mão do comportamento oportunista.

No campo do consumo pode-se definir confiança do consumidor as expectativas destes, e de que o provedor do serviço é responsável e confiável na entrega de suas promessas. Surge, portanto, o que vem a ser um dos princípios de sustentação das relações de mercado que deve ser revigorado nas práticas diárias das empresas (ROBERTS, 2005).

Em termos de mercado, a diferença entre a confiança comercial e pessoal é um tópico relevante: a confiança comercial é mais claramente limitada por condições contratuais, onde as cláusulas são prévias e claramente determinadas e sujeitas à lei, enquanto as de relações pessoais envolvem questões de ordem moral e emocional, e, são de natureza particular (JÚNIOR e EISENBERG, 2006). É relevante colocar que quanto menor forem os níveis de confiança pessoal entre as partes em uma relação de consumo, maior serão as demandas pela confiança comercial, as quais incrementam os custos contratuais para minimizar os riscos desta relação (BARZEL, 1982).

Neste sentido, os consumidores constroem estratégias de confiança; isto é, quando buscam informações para se cercar delas antes da compra ou quando se ancoram em referências, destacando-se aqui a reputação das marcas.

## **SOCIOLOGIA E ANTROPOLOGIA DA ALIMENTAÇÃO**

O consumo pode ser compreendido como uma forma de abastecimento de produtos e serviços e suas diferentes logísticas de acesso; prática social observada pelas ciências sociais que independe da aquisição do bem; e unidade central que contribui para a definição da sociedade contemporânea (BARBOSA, 2009). As práticas se constituem pelo que se diz e pelo que efetivamente se pratica, sugerindo que as análises devam se preocupar tanto com as atividades de prática como com as suas representações. (WARDE, 2005:138).

Na sociologia da alimentação, sugere-se conhecer como a comida é consumida, como é o comer e como se estabelece a confiança dos consumidores na comida que consomem (WARDE, 2005). Sobre esse tópico, a pesquisa sobre compra de alimentos orgânicos em uma feira certificada, conduzida por Portilho (2009), demonstra que a confiança do consumidor, seja ele perito ou leigo, leva em conta a interação face-a-face entre consumidores e produtores, ainda que os produtos tenham sido certificados por sistemas

peritos ou forças reguladoras com o fim de garantir a veracidade das informações sobre os produtos vendidos. A confiança, nesse caso, se constrói com mais robustez a partir de relações de sociabilidade, que aproxima as pessoas e reforça os laços pessoais.

Entender, portanto os hábitos alimentares tornam-se uma tarefa complexa por conta da vasta bibliografia do tema e pelas diversas dimensões da alimentação, tais como a nutricional, simbólica, social, histórica e a política/ideológica, que se relacionam com as posturas éticas e morais. As últimas décadas trouxeram uma transformação no ato de comer e na alimentação, acompanhada por uma expansão dos estudos nas áreas de sociologia e antropologia da comida. Grande parte dessa produção, no entanto, trata da alimentação, demonstrando uma lacuna acadêmica sobre o comer e os hábitos alimentares, que costumam ser analisados através de dados relativos à produção ou ao consumo agregado (BARBOSA, 2007).

Barbosa (2007) faz uma distinção entre alimento e comida. Os alimentos são ingeridos de forma culturizada, são preparados, manipulados a partir de determinada técnica, apresentados sob uma forma específica, ingeridos em certos horários e circunstâncias e na companhia de certas pessoas. A comida significa o que, como, onde, quando, com quem e de que maneira os alimentos selecionados são ingeridos. A comida é, portanto, a transformação do alimento (conjunto de nutrientes necessários à reprodução física).

A comida é um sistema comunicativo, com seu corpo de imagens, protocolo de usos, situações e condutas. Infere-se que “toda substância nutritiva é alimento, mas nem todo alimento é comida” (DaMatta, 1987:22). A comida tem referências sociais, culturais, econômicas, simbólicas e históricas em profusão. O gosto humano por substâncias não é inato e modela-se no tempo entre forças econômicas e poderes políticos, significados culturais e necessidades e informações nutricionais (CANESQUI, 2005). Para a compreensão do consumo alimentar, propõe-se ir além das ideologias e considerar também as “experiências sensoriais, a nostalgia, o afeto e a memória” (PORTILHO, 2009: 23).

A comida é uma mediadora social, símbolo cultural que pode ser entendida como arte e recurso natural, podendo ser melhor compreendida em estudos holísticos. A função essencial da comida é a sua capacidade de fazer conexões entre “natureza e cultura, produção e consumo, família e sociedade, individual e coletivo, a esfera pública e a privada, corpo e mente, moral e mercado” (LIEN & NERLICH, 2004: 9).

Pollan (2009) defende que a forma como se come e o que se come constitui o homem, que difere de outros elementos da natureza por modificar consideravelmente a cadeia trófica através do fogo, da tecnologia aplicada à agricultura e à indústria alimentar

(POLLAN, 2009:21-22). Ao investigar cadeias alimentares, o autor constatou o conflito entre a forma como a indústria humana se organiza: o caráter de imprecisão e abstração da cadeia industrial não permite que o consumidor tenha a visibilidade e clareza de todas as suas conexões, resultando no fato de que não se sabe com precisão a precedência de tudo o que se come, principalmente quanto aos produtos processados, tais como margarinas, hambúrgueres, nuggets etc. Essa condição impede que a sociedade observe “os muros cada vez mais altos que rodeiam a agricultura industrial” (POLLAN, 2009:22).

Essa é uma temática que remonta aos primeiros tempos da agricultura e que ressurgiu diferenciada pelos novos riscos que surgem na contemporaneidade (GIDDENS, 1991; BECK, 1997; MENASHE, 2003; AZEVEDO, 2009; PORTILHO, 2009; POLLAN, 2009), provocados pelo desconhecimento dos efeitos das novas tecnologias de produção, como a substituição da energia solar por combustíveis fósseis e a criação de animais confinados com comida diferenciada, para citar alguns exemplos (POLLAN, 2009).

Wilkinson (2008) aponta que o desenvolvimento tecnológico ao atingir o auge da manipulação genética, supera as barreiras naturais e biológicas da agricultura, possibilitando a manipulação da natureza de uma forma impensada até então. A capacidade de produzir alimentos industrializados aumenta com a crescente difusão das modernas técnicas de fracionamento (isolam e extraem os componentes nutricionais de alimentos básicos para colocá-los na reconstituição de produtos finais). Tais técnicas ameaçam a identidade dos produtos agrícolas e faz com que o produto final possa estar muito distante de sua forma rural.

A partir de uma visão histórica do sistema internacional agroalimentar, o autor mostra como a terceira fase do sistema é caracterizada pela busca de qualidade dos produtos de um lado, e pela tendência generalizada de substituição da agricultura por processos industriais (substitucionismo), por outro. O substitucionismo está relacionado com o surgimento da indústria alimentícia que visa à produção industrial de alimentos. Assim, a lógica do substitucionismo é eliminar o produto rural, expandindo os alimentos fabricados. Esta lógica é pautada na indústria química e no desenvolvimento de sintéticos, onde a natureza não representa mais uma limitação. Neste contexto, de grande distanciamento entre o produto agrícola e o produto final impõe-se a questão de como gerenciar e gerar a confiança entre atores desconhecidos. Para o autor, a confiança tende a surgir das relações interpessoais.

Na atual fase da modernidade, a probabilidade do risco aumenta e os riscos passam a dominar os debates públicos e privados. Os aspectos industriais aparecem como problemáticos e, segundo Beck (1997) a sociedade passa a ser caracterizada como

sociedade do risco. A tomada de consciência das ameaças produzidas pela própria sociedade abala a crença na ordem social, ou seja, abala a confiança nas instituições modernas, que não dão mais conta de resolver os problemas. A sociedade de Risco neste sentido é reflexiva, pois se torna um tema e um problema para si própria. Beck aponta que a categoria risco implica no retorno das incertezas.

Os riscos pressupõem decisões por parte dos indivíduos. A disposição da vida não se dá mais pelos moldes tradicionais (Giddens, 1991). Neste contexto, o indivíduo emerge como ator, planejador e diretor da sua própria vida. Segundo Beck o processo de individualização é, portanto, processo de desintegração das certezas e busca por encontrar novas certezas. Tal processo implica também em interdependência do local e global. Ações rotineiras como a ato de consumir alimentos possuem implicações globais. A individualização neste sentido não é livre decisão dos indivíduos, estes são “condenados” a escolher. Há uma dependência em relação aos processos decisórios. A biografia passa de padronizada para escolhida, ou ainda, biografia reflexiva (Giddens, 1997).

A necessidade de escolher diariamente o que comer torna-se uma tensão permanente, na qual os indivíduos tem a obrigação cotidiana de “ter que escolher”. A escolha, no entanto, não é feita de forma aleatória e muitas vezes combina lógicas e valores contraditórios. (Barbosa, 2007) A questão cultural é central no consumo de alimento; desta forma estilos de vida vão favorecer a valorização de certos produtos.

O consumo de alimentos está ligado às práticas sociais, que influem sobre as escolhas alimentares. Por um lado, a questão do tempo leva os consumidores a procura de fast foods e produtos prontos e industrializados, por outro, existe a associação entre alimentação e saúde (health food). O consumo, portanto, não é definido unilateralmente, é complexo. As noções de qualidade oscilam entre o objetivo (qualidade do produto em si) e o subjetivo (demanda específica do consumidor).

Constata-se o fenômeno da “medicalização da alimentação”, onde os discursos nutricional e médico sobre a alimentação saudável reforçam o conceito do alimento em detrimento da comida. É esta tendência que passa a definir uma dieta orientada para os nutrientes e os benefícios de um corpo saudável, que independe dos prazeres do sabor, do gosto e da tradição (BARBOSA, 2007).

Warde (apud Barbosa, 2007) aponta três antinomias distintas (presentes não só na alimentação, mas em outras dimensões da vida cotidiana): praticidade/improvisação versus planejamento/preferências individuais; restrição e liberdade (se subdivide em

saudabilidade/beleza versus prazer sabor e economia versus extravagância); rotina/tradição versus variedade/novidade.

## **PESQUISA DE ORÇAMENTOS FAMILIARES E ALGUMAS CONSTATAÇÕES SOBRE O COMER FORA**

Bertasso (1998), a partir da análise dos dados da POF 95/96, mostra que fatores influenciam o aumento do consumo de alimentos fora do domicílio. A autora aponta que a elevação do índice de doenças advindas da má alimentação impõe a necessidade de problematizar as escolhas alimentares. Má alimentação é entendida como alimentação irregular, ligeira, de baixa adequação nutricional. Tal alimentação tem relação com a vida moderna nos grandes centros urbanos. Neste sentido, alimentação moderna incorpora refrigerante, enlatados, alimentos prontos ingeridos dentro do domicílio e a alimentação fora do domicílio.

A renda aparece como o principal condicionante do consumo e é determinante para o consumo de alimentos fora do domicílio. Outra variável central na perspectiva da autora é a idade. Os jovens de 21 a 30 anos privilegiam a alimentação moderna no domicílio e consomem mais alimentos fora do domicílio.

A inserção da mulher no mercado de trabalho também tem influencia determinante para o consumo alimentar. A mulher deixa de exercer o papel-chave nas decisões alimentares. Por fim, a mudança na composição familiar reflete diferentes padrões de consumo e de estilos de vida no mesmo grupo familiar. As famílias modernas tendem a ser cada vez mais famílias complexas, que de acordo com os critérios da POF são famílias compostas por além da pessoa de referência, seu cônjuge e filhos, residindo no mesmo domicílio não-parentes.

Wilkinson também demonstra que a diminuição do consumo de alimentos básicos está relacionada com o processo de segmentação da sociedade. O aumento de renda da população devido à transformação da sociabilidade produz uma crescente individualização dos produtos. Se antes os produtos eram para a cesta da família, agora seus membros possuem horários diferentes, demandando produtos prontos e individualizados.

Bertasso (1998) concluiu que famílias com mulheres que trabalham fora, jovens e pessoas que moram sozinhas privilegiam o consumo de alimentos fora do domicílio, além de preferirem outros alimentos à refeição. Segundo Barbosa (2007), o que caracteriza a refeição é o estabelecimento social de normas e momentos específicos, nos quais determinadas comidas são ingeridas ao invés de outras.

O sistema de refeições no Brasil é composto por seis refeições, do acordo com as representações e instituições: café da manhã, lanche da manhã, almoço, lanche da tarde, jantar e lanche da noite (este seria o sistema de refeições tradicional). Porém, na prática, resultados mostram que os brasileiros fazem de três a quatro refeições por dia ( sem distinção de gênero, faixa etária e renda). Entre as principais razões para a diminuição do número de refeições estão: o ritmo da vida moderna nos grandes centros urbanos, a distância entre a casa e o trabalho e as novas ideologias de corpo magro. (Barbosa, 2007)

Segundo a autora, o jantar é uma refeição em transição, pois é facilmente substituído por lanche. Lanche é a refeição caracterizada pela “portabilidade” e mobilidade. “As pessoas lancham em uma situação predominantemente de mobilidade: no balcão de uma loja de salgadinhos, no balcão de um bar ou botequim”. (Barbosa, 2007, pg.106)

Neste sentido, o lanche é a refeição mais individualizada de todas.

Os resultados das duas últimas POF's (2002-2003) e (2009-2010) consolidam ainda mais as conclusões de Bertasso (1998) quando revelam um aumento considerável da alimentação fora do lar em todas as classes sociais refletindo que a tendência se fortalece cada vez mais.

## **METODOLOGIA**

A escolha do campo foi motivada pela observação diária de uma das pesquisadoras deste *paper* que leciona na UNISUAM no curso de Administração e Marketing no período noturno. O intenso movimento nos ambulantes pelos alunos e a diversidade de opções de alimentação geraram reflexões sobre a questão de confiança neste tipo de alimentação e o interesse em investigar de que forma esses consumidores lidam com ela e como os produtores estabelecem estratégias para firmar um relacionamento confiável com seus consumidores.

Para esse trabalho foi realizada pesquisa quali e quanti no período de 12/08<sup>4</sup> a 20/08 de 2010 compreendendo alunos do curso de Administração e Marketing da UNISUAM do período noturno, bem como com os ambulantes instalados na calçada.

Na parte quantitativa foram respondidos 55 questionários com 19 perguntas distribuídos em três turmas diferentes dos referidos cursos. O questionário foi dividido em três blocos de perguntas: perfil sócio-econômico, hábitos e percepção de confiança na alimentação

---

<sup>4</sup> Data inicial escolhida por conta da volta às aulas.

fora do lar e hábitos de consumo e percepção de confiança nas barracas instaladas na calçada da faculdade.

Na parte qualitativa foram realizadas 8 (oito) entrevistas em profundidade com 4 (quatro) alunos e 4 (quatro) alunas, neste caso o foco da entrevista girou em torno dos hábitos de alimentação noturna, as barracas da calçada e a ida às aulas na faculdade.

Ainda foram realizadas entrevistas com os 13 (treze) ambulantes levantando aspectos quanto à organização do espaço econômico, oferta de alimentação, compra de insumos, manipulação e conservação dos alimentos, no sentido de contextualizar este trabalho, não sendo, portanto, o foco principal de nossa investigação.

É válido ressaltar que durante o campo com os ambulantes foram observados diálogos, percepções, e comportamentos entre alunos (consumidores) e entre estes e os ambulantes (produtores) em relação à alimentação oferecida.

O campo foi realizado na Avenida Paris em frente ao número 72 no bairro de Bonsucesso, zona norte da cidade do Rio de Janeiro. Na calçada desta rua encontra-se o Centro Universitário Augusto Motta – UNISUAM - presente há 40 anos na região oferecendo desde a educação básica ao ensino superior. A UNISUAM gera um tráfego de até 20.000 pessoas dia na região envolvendo alunos, professores e funcionários, sendo a maior parte concentrada à noite.

Para se ter uma idéia desse intenso fluxo somente nos cursos de Administração e Marketing há cerca de 2.800 alunos, destes 70% cursam à noite.

O perfil do aluno desta instituição é o das classes C e D, uma vez que a mesma oferece bolsas para o ensino superior, convênios com empresas, e pratica preços mais competitivos que outras instituições voltadas para esse mesmo público. Além disso, o fator transporte facilita por ser de fácil acesso, já que diversas linhas de ônibus para zona norte passam na região, que também é servida pelo transporte de trens; a instituição encontra-se próxima e com bom acesso a Avenida Brasil e Linha Amarela vias expressas por onde circulam a maior parte dos habitantes da cidade.

## **RESULTADOS**

- **Comerciantes (vendedores)**

A instituição funciona das 08:00 horas às 22:00 horas ininterruptamente, mas é na parte da noite que os ambulantes se instalam efetivamente. Por volta das 16:00 horas inicia-se o movimento de montagem e arrumação das barracas, chegada dos alimentos e às 17:30 horas já possível sentir a mistura dos cheiros de diversos

alimentos sendo preparados, afinal as aulas começam às 18:30 horas e é preciso atender a forte e concentrada demanda.

Ao todo são 13 (treze) barracas dispostas lado a lado, encostadas no muro da instituição ficando próximas à rua. As ofertas de alimentos prontos e feitos na hora são: yakissoba(1), churrasquinho(2), açai(2), batata frita(1), salgadinhos fritos(1), sanduíches(2), cachorro-quente(1), todos são pré-preparados ou preparados na hora. Além disso, há 2(duas) barracas de balas e doces em geral e 1 (uma) que vende *snacks* e biscoitos ensacados. As barracas possuem em média 1,20cm de frente a 2,10cm. Os preços variam de R\$0,50 (balas) à R\$ 6,00 (lanche +bebida). Todas as barracas, sem exceção, vendem bebidas (refrigerantes, guaraná natural e cervejas). É importante ressaltar que no interior da faculdade existem lanchonetes, mas a venda de bebidas alcoólicas é vedada.

O grau de informalidade dos ambulantes é fato. Todos relataram que estão nesta atividade como algo para complementar a sua renda admitindo realizar outros “bicos”, tais como, tomar conta de crianças, trabalharem em casas de festas nos fins de semana, fretes e mudanças, fazer quentinhas para o almoço, pequenos reparos em casas (pintura, hidráulica, eletricista) ou receberem pensão ou aposentadoria.

A idade dos donos e trabalhadores nestas barracas é bem variada (há presença de menores ajudando pais), mas há uma presença maior na faixa dos 25 a 40 anos. O desemprego e a falta de oportunidades no mercado formal foram os motivos mais citados para a instalação das barracas, normalmente trazidos por algum conhecido mais antigo, demonstrando laços sociais importantes baseados na amizade.

O aumento de estudantes desde 2000 para cá atraiu a atenção para novos ambulantes, e aí se destacam um dos churrasquinhos e a barraca do yakissoba ambos com seu negócio há 5(cinco) anos, que relataram não terem percebido ou sentido relutância dos outros ambulantes, mas que precisaram “negociar” seu local que é 4(quatro) metros mais distante das outras barracas.

A média de instalação e permanência no local é de 8(oito) anos, onde a barraca do cachorro-quente é a mais antiga com 15(quinze) anos de permanência.

A proximidade com a entrada da faculdade e a ausência de concorrência (próxima) é apontada como uma vantagem percebida:

“a gente tá na boca da facul., entende?, assim o cara passa, compra, sai comendo e já tá na aula, todo mundo chega correndo, tem pressa, tem

hora, não dá para ir lá na esquina” como conta o dono da barraca dos churrasquinhos.

A organização do espaço obedece à lógica da concorrência e do “espaço para todos”, por isso as barracas que oferecem o mesmo produto possuem um espaço físico bem demarcado, ou seja, não estão próximas num claro movimento de deslocar a demanda.

Os ambulantes declararam morar próximos a instituição e trazem em sacolas (do mercado próximo ou de casa) os alimentos a serem preparados. Alguns possuem carros bem usados e realizam esse transporte (ida e volta) e é bem comum ajudarem ou dividirem com outros ambulantes, que rateiam os custos do combustível.

Os alimentos são guardados em potes de plásticos e ficam visíveis normalmente sobre a barraca ou nos grandes isopores onde estão acondicionadas as bebidas (normalmente ao lado da barraca), ou quando precisam estar em “refrigeração” é usado o próprio isopor das bebidas. Os potes vem e vão.

A manipulação dos churrasquinhos, sanduíches como hambúrgueres e o yakissoba é feita na frente do cliente em chapas próprias ligadas ao botijão de gás que fica por baixo das barracas. Poucos são os atendentes que usam toucas ou luvas, e quando usam as mesmas não são descartáveis, ou seja, vários atendimentos ou mesmo para pegar as bebidas no isopor. Normalmente há outro atendente que lida com o dinheiro, caso contrário, as luvas são retiradas para tal e depois são recolocadas.

As barracas são desarmadas todas as noites após as aulas e são guardadas no estacionamento privado na mesma rua, onde o proprietário cobra R\$ 70,00 mensais.

Existe alta sociabilidade entre os ambulantes que se ajudam entre si, trocam dinheiro para facilitar o troco para o cliente, pedem algum tipo de bebida ou indicam o ambulante ao lado para suprir a falta de um produto e até complementam seus produtos, como, por exemplo, no caso do churrasquinho e a batata frita feitos por ambulantes distintos, mas servidos juntos para comodidade do cliente. Neste caso ocorre também o pagamento efetuado a um deles e o repasse é feito.

Quando questionados porque achavam que os clientes os escolhiam, boa parte afirma que o atendimento é fundamental, depois o tempero e qualidade dos alimentos.

“você sabe né?, atendimento é tudo, tem que conversar, colocar o banquinho pro cliente sentar, a bebida tem que tá gelada. E eu sempre falo: tá tudo fresquinho, vai sair no capricho. ”

relata o dono da barraca do yakissoba.

Na questão qualidade a maioria relata que compra nos supermercados do próprio bairro, neste caso Sendas e Guanabara, e que aproveitam as promoções para fazer estoque.

Poucos ambulantes se sentiram à vontade para revelar seus ganhos, um deles afirma que “dá para tirar um bom dinheiro”, se for yakissoba e churrasquinho cerca de R\$ 800,00 mês (valores líquidos); mas devem ser considerados os tipos de produtos oferecidos, como por exemplo, balas e doces, e os biscoitos ensacados onde o valor agregado é mais baixo.

A venda de bebidas alcoólicas e a colocação de banquinhos de plástico são vistos como forma de aumentar mais vendas e por outro lado permitem maior sociabilidade entre os alunos (diversão, paquera, relaxar depois da aula, bate-papo). As noites de quinta e sexta-feira são tidas como as mais lucrativas, uma vez que o movimento pode se estender até 30 (quarenta) minutos após a faculdade ser fechada. É uma verdadeira calçada da alimentação. O local sofre um esvaziamento muito rápido após as aulas, portanto o intervalo entre aulas ou a saída mais cedo dos alunos também geram movimento para os ambulantes.

- **Consumidores**

Apresentaremos os resultados da parte quanti onde foram entrevistados 55 alunos do período noturno da UNISUAM (alunos dos cursos de Administração e Marketing) através de questionários passados nas salas de aula e tabulados pelo software SurveyMonkey. O questionário foi dividido em três blocos de perguntas: perfil sócio-econômico, hábitos e percepção da confiança na alimentação fora do lar e em relação às barracas da calçada da alimentação.

O roteiro da entrevista em profundidade abordou a percepção de confiança na alimentação fora do lar e em específico a ofertada na calçada UNISUAM; foram realizadas 8 (oito) entrevistas em profundidade com alunos dos mesmos cursos e período noturno. As entrevistas aconteceram na própria instituição em salas reservadas, as mesmas foram gravadas e transcritas para esse trabalho.

### **Perfil**

A amostra revela que 52.2% dos entrevistados são do sexo masculino e 43,8% são do sexo feminino com predominância jovens adultos na faixa dos 25 a 30 anos.

Seguidamente temos uma faixa mais jovem entre 18 e 24 anos onde o sexo feminino possui 40.6% e o masculino 17.4%; a faixa dos 30 a 40 anos detém 30.4% de homens e 9.4% de mulheres e acima dos 40 anos o domínio feminino é de 6.3%.

A renda de entre R\$ 1.200 e R\$ 2.100 aparece como predominante com 36.4%; seguida da faixa R\$ 800 a R\$ 1.200 com 32.7% dos entrevistados; acima de R\$ 2.100 temos 16.4% da amostra; com 12.7% a faixa de renda entre R\$ 500 e R\$ 800 e finalmente como dependentes declarados com 1.8%.

A quantidade de noites em que os alunos estudam é de 83.3% para 4(quatro) noites; estudam 3(três) noites 11.1% e somente 2(duas) noites 5.6%.

Trabalhar e estudar são uma realidade para 98.1% contra 1.9% que somente estuda.

A amostra revela o predomínio de solteiros com 60%; seguidos pelos casados com 27.3%; outros 9.1% e 3.6%.

O tempo de deslocamento para casa após a faculdade é entre 30 min a 1 hora para 79.2% dos entrevistados; entre 1 hora e 1 hora e meia 15.1% e finalmente 5.7% demoram mais de 1 hora e meia para chegar em casa.

O perfil sócio-econômico da amostra revela um público que tem merecido mais atenção das empresas e pesquisadores no que se refere ao potencial de consumo, valores, modos e estilos de vida; e que tem (com o advento da estabilização da moeda, crédito farto e melhoria das oportunidades de trabalho) aquecido os índices econômicos e melhorado seu padrão de vida, seja pelo acesso a bens de consumo ou a educação. Envolvendo as faixas de renda de R\$800,00 a R\$ 2100,00, essa “nova classe média” já inserida no mercado de trabalho, numa faixa etária predominantemente jovem adulta (25-30anos) vê a inserção no ensino superior como um “símbolo de excelência da identidade de classe média (...) e vista como um dos principais fatores de ascensão social” (SOUZA, 2010).

Nas entrevistas realizadas surgem fortemente aspectos como “sacrifício”, “cansaço, mas não posso desistir”, “a minha família me apóia” que denotam e justificam o enfrentamento diário para conciliar trabalho e estudo noturno, o uso de meios de transporte coletivos cheios, grandes deslocamentos pela cidade, a quantidade de aulas (4 noites maciçamente), a volta para casa e as poucas horas de sono.

A presença feminina em todos os estratos etários, principalmente na faixa 18-24 anos é pertinente, demonstrando que as mulheres iniciam mais cedo a busca de sua qualificação em relação aos homens, que predominam nas faixas mais adultas de 25 a 40 anos no sentido de melhorar sua qualificação profissional por força do mercado de trabalho.

O predomínio de solteiros indica que a desvinculação das obrigações familiares, em particular, na questão financeira, permite, com isso, o deslocamento dos gastos para os estudos; o que não impede a presença de filhos sem necessariamente haver a formação de uma família em um domicílio próprio, e aí há a constituição de uma rede familiar de apoio, seja financeiramente ou para “olhar os filhos” destes alunos, permitindo a ida à faculdade.

É importante ressaltar que a maioria dos estudantes são os primeiros indivíduos de suas famílias a alçar o ensino superior.

### **Hábitos e Confiança na alimentação fora do lar**

Alimentam-se na rua todos os dias 38.5% da amostra pesquisada; 3(três) vezes por semana 23.1%; menos de 3(três) vezes por semana 21.2% e 4(quatro) vezes por semana 17.3% dos entrevistados.

A refeição mais substituída na rua é o lanche intermediário entre as refeições com 57.7%; o almoço surge em segundo lugar para 34.6% da amostra; o jantar em terceiro com 28.8% e por fim o café da manhã com 15.4% da amostra.

O grau negativo de confiança na alimentação fora do lar é de 70.6% dos entrevistados, contra 29.4% que declararam confiar na alimentação que consome na rua.

Ao confiar na alimentação fora do lar de acordo com os que assim declararam (29.4%) - 61.5% levam em consideração o local onde é servida a comida; a aparência da comida vem em seguida com 57.7%; indicação de outras pessoas com 32.7%; preço em quarto lugar com 15.4% e por último o movimento do local com 9.6% dos entrevistados. Cabe ressaltar que nesta pergunta os entrevistados puderam selecionar mais de uma opção.

Por trabalharem e estudarem, saindo de casa entre 5h/6h/7h da manhã e retornando por volta das 22/23h da noite, a maior parte da amostra se alimenta fora do lar. Alguns aspectos específicos de horários ou tipos de trabalho *versus* aulas (como escalas), dependendo do caso em questão, acarreta os resultados pertinentes de 3 vezes por semana e menos de 3 vezes por semana alimentando-se fora do lar.

O lanche é fortemente consumido pelo público da amostra, mas raramente substitui o almoço, que se “a situação estiver difícil, vai a marmitta mesmo” com os componentes clássicos: arroz-feijão-proteína, que surgem na seleção do cardápio, como a parte qualitativa da pesquisa revela. Neste sentido, é visto pelos entrevistados que a comida feita em casa é a opção “mais saudável” do que substituir o almoço por um lanche “bate-entope”. Aqui podemos entender que a conexão alimentação com saúde

perpassa a esfera da comida efetivamente preparada no âmbito do lar para ser ingerida e não aquela já pronta, industrializada. O alimento industrializado é acionado em casos de cansaço, após chegar a casa da faculdade, ou em casos emergenciais, como, não houve tempo de deixar algo pronto para se alimentar.

O jantar já é mais facilmente substituído pelo lanche e em muitas vezes pela oferta de alimentação dos ambulantes na porta da faculdade.

Não confiar na alimentação ingerida fora do lar é predominante e os fatores mais recorrentes entre os entrevistados para justificar essa condição são: prazos de validade, condições da cozinha, forma de manipulação e preparo dos alimentos, e o reaproveitamento dos alimentos.

Ao confiar na alimentação fora do lar o local onde são servidos os alimentos é considerado de suma importância, não entrando nesta avaliação a cozinha, mas sim o ambiente onde efetivamente será servida e ingerida: a percepção de limpeza (local, talheres, copos e pratos) e a aparência da comida são critérios observados e considerados pelos entrevistados.

Isto permite dizer que a confiança construída neste sentido é baseada em critérios subjetivos de avaliação, o que podemos considerar em alguns casos a influência de outras pessoas neste julgamento. O preço como critério lógico econômico de escolha perde fôlego, uma vez que existem muitas opções de restaurantes “a quilo” na cidade permitindo muitas escolhas para os consumidores e preços mais acessíveis.

### **Hábitos e Confiança na calçada de alimentação UNISUAM**

Majoritariamente 85.5% dos entrevistados declararam já ter se alimentado nas barracas instaladas na porta da faculdade contra 14.5% que não se alimentaram.

Para 56.6% da amostra as barracas não são uma boa opção de alimentação enquanto 43.4% consideram-nas uma boa opção.

Os principais motivos declarados nas entrevistas qualitativas é a questão da proximidade e conveniência que os ambulantes proporcionam aos alunos, pois estão instalados na calçada por onde todos passam para efetivamente entrar na instituição. Fica, portanto mais cômodo, parar, comprar e comer ali mesmo, ou em muitos casos “comer andando” e terminar o lanche em sala de aula. O fator tempo é uma variável importante nesta dinâmica por conta da preocupação com o início das aulas às 18:30h, vir “correndo” do trabalho, sair “em cima da hora da condução” são discursos pertinentes entre os entrevistados.

Para todos há a exata noção de que esta não é a melhor forma de se alimentar, mas “fazer o quê?” indaga um deles. Poucos são os que constroem estratégias mais saudáveis como preparar o próprio lanche ou comprar *snack's* mais saudáveis (como os integrais), essa prática demanda o gerenciamento do preparo, que toma tempo, e deve ser feito com certo planejamento (compras antecipadas de insumos). Afinal estamos considerando um público que sai muito cedo de casa e retorna tarde, descansar é um bem precioso nesta escolha.

Não confiam nesta forma de alimentação 81.8% da amostra contra 18.2% que declaram confiar.

Dentre os 43.4% que consideram as barracas uma boa opção de alimentação, 45.8% declaram que a comida ofertada pelos ambulantes “segura bem a fome até chegar a casa”; 25% consideram o preço mais acessível do que as lanchonetes de dentro da faculdade; 16.7% dos entrevistados substituem o jantar e 12.5% pela variedade do que é ofertado.

Ao segurar bem a fome até chegar a casa, os entrevistados se referem aos lanches como “bate-entope”, “podrão”, “adesivo, dá uma grudada na barriga” e aí a variedade do que é ofertado pelos ambulantes aliado ao grau de fome permite algumas possibilidades de escolhas: salgadinhos fritos+biscoitos; churrasquinho+batata-frita; x-tudo (pão, hambúrguer, queijo, ovo, bacon, presunto); açaí em diversos tamanhos com acompanhamentos de cereais, ou cachorro-quente.

A frequência com que os entrevistados se alimentam nos ambulantes é “às vezes” para 61.5%; 25% “raramente” e 13.5% “sempre”.

Aqui o fator preço é uma variável importante na comparação com os itens oferecidos na lanchonete no interior da faculdade, os lanches custam de 30% até, em alguns casos, 50% a mais do que nos ambulantes. Muitos efetivamente consideram substituir o jantar pelos lanches.

Outro dado importante é que comer nos ambulantes “às vezes” supera o “sempre”, fato esse que não denota não comer outros tipos de lanches “bate-entope”, o que significa comer o mesmo tipo de alimentação, porém em outros lugares, como perto do trabalho, em barracas próximas a pontos de ônibus ou “parar rapidinho” no McDonald's ou outros *fast-food's*.

Ao confiar nesta maneira de se alimentar 70.8% dos entrevistados declaram que confiam que o alimento não lhes oferece risco; 25% crêem que os alimentos são de qualidade; 4.2% acreditam que o alimento é saudável.

Ao confiar menos na saudabilidade deste tipo de alimentação demonstra o reconhecimento deste público de que essa prática não é uma opção que lhes proporcione um conjunto de nutrientes considerados fundamentais para sua saúde.

A construção da confiança neste sentido se dá em torno da anulação ou redução da percepção de risco. O risco percebido, tendo um índice próximo de zero; faz com que os indivíduos não considerem as conseqüências não favoráveis; isto é, o consumidor busca se sentir seguro através de estratégias de redução de risco.

Podemos considerar então se a pessoas se alimentam nos ambulantes instalados na rua, na porta da faculdade, e não tem qualquer indisposição do ponto de vista orgânico ou físico, ela estabelece o hábito e constrói a base da sua confiança. Por um lado, a maior parte dos entrevistados respondeu que não confiam nesta forma de alimentação, mas por outro acreditam que não representa riscos para a saúde.

A categoria “qualidade” é construída a partir da percepção que os insumos que servirão para o preparo dos alimentos são comercializados em supermercados, logo é industrializado, portanto com um nível “mínimo” de qualidade, por isso não confiar neste tipo de alimento, revela a percepção muito mais voltada para a forma de armazenamento, manipulação e possível reaproveitamento das “sobras” do que a procedência.

O grau de fome “no momento” para 63.5% dos entrevistados é o fator de decisão para a escolha de uma das barracas para se alimentar e 36.5% consideraram a forma como o alimento é armazenado, manipulado e preparado como critério de escolha. Conhecer o dono (o ambulante) não foi considerado por nenhum dos entrevistados.

Neste caso, a antinomia praticidade/improvisação aliada ao aspecto físico-biológico – a fome em seus diversos graus – pautam e são critérios de definição para a escolha de qual ambulante e quais combinações possíveis de alimentos serão ingeridos. No sentido de aplacar a fome dentro de uma lógica de urgência, a forma como esse alimento é manipulado, preparado e armazenado é rapidamente avaliada levando-se em conta percepções subjetivas, como a aparência da comida (se o hambúrguer está congelado/durinho, se o cheiro é bom, se o ambulante retira de potes ou sacos plásticos os insumos para o preparo como pães ou frios; se não há sujeira aparente). Mesmo estando instalado na calçada, com probabilidade de contaminação sob diversas formas, fato esse anulado “é melhor nem pensar, se pensar muito a gente não come” por boa parte dos entrevistados, os ambulantes que melhor demonstram preocupação com bom asseio, neste caso o uso de toucas e luvas, são mais bem avaliados “ah, a dona Céia do cachorro-quente tá sempre usando aquela toquinha de

plástico, tem luva, é toda arrumadinha com avental e tudo”. O que é pertinente neste criterioso julgamento, sem dúvida, é a capacidade do sujeito em determinar os atributos a serem observados, definir escalas de avaliação e decidir; sem a presença efetiva de um sistema perito que lhe proporcione um grau de confiança para calcar esse processo. Fato esse decorrente, em nossa percepção, do elevado padrão de informalidade que envolve os ambulantes.

Por último, e não menos importante temos a completa ausência, dentro desse processo avaliativo, do componente “conhecer o dono” como forma de definição na escolha do ambulante. É importante caracterizar o tipo de relação existente, rápida e transitória, entre ambulantes e alunos. Essa relação raramente se estende fora da calçada UNISUAM para outras esferas sociais e nos meses de férias é simplesmente inexistente. Não há tempo para um aprofundamento mais intenso na relação social estabelecida, ela existe é claro, porém não é encarada como um definidor na escolha, caracterizando-se muito mais pela preferência dada ao tipo de alimentação ofertada por um determinado ambulante. Isso se confirma ao se evitar a repetição da prática que é, em muitos casos, considerada enfadonha “não dá para comer todos os dias na mesma barraca, cansa”.

Ao fim do dia e das aulas, ao chegar a casa, 59.3% da amostra declara que dependendo do cansaço ou da fome pode lanchar, jantar ou não comer nada; para 22.2% dos entrevistados a comida de panela é a opção de alimentação; 14.8% preferem o pão ou lanche; 3.7% não comem nada. A sopa não foi considerada por nenhum entrevistado.

Boa parte dos alunos declara comer “alguma coisa”, uma “besteira qualquer” quando chega a casa após a faculdade, o que chama atenção nesta variável é um interessante recorte de gênero; a maior parte dos homens não abre mão da comida de panela, já as mulheres se preocupam mais com a noção de corpo ao relatarem a ingestão de lanches mais leves, pois o metabolismo do corpo à noite é mais lento, logo comer “comida de sal” é sinônimo de engordar. Cabe ressaltar que a sopa não é considerada na prática dos entrevistados, mas entendida no discurso como algo mais leve; talvez fosse interessante pensá-la como um prato em desuso nos cardápios, ou acionada em casos particulares.

## CONCLUSÃO

A nossa proposta foi trazer uma análise, mesmo que exploratória, objetivando o diálogo entre a categoria confiança, alimentação e hábitos alimentares na prática de um determinado grupo.

Dessa maneira, ao propor investigar a categoria confiança como um eixo definidor de práticas e estratégias em contextos organizados, percebemos como um singular grupo de indivíduos, em um dado momento de suas biografias sociais estabelece rotinizações peculiares para dar conta de um aspecto orgânico: a fome. Sob suas percepções subjetivas e julgamentos particulares são construídos e consolidados comportamentos e sensações de confiança para alicerçar suas escolhas de alimentação. Tendo como pano de fundo as relações interdependentes envolvendo as trocas entre ambulantes e alunos, a confiança emerge como um tecido que permeia esse mercado informal estabelecido.

Os compromissos baseados no “olho no olho” são substituídos pela expectativa positiva que é efetivamente depositada numa relação cotidiana, porém transitória. Não há uma chancela ou sistema perito onde se ancorar, derivando um comportamento de medo, risco ou desconfiança, pelo contrário; é justamente na negação destas que os consumidores otimistas ingerem seus “podrões”.

Neste sentido, a hipótese de que a vulnerabilidade de quem acredita (alunos), não será explorada de forma oportunista pelos ambulantes, torna-se válida no interior de uma lógica que se justifica, ora, se a confiança for “quebrada” a existência e mais propriamente a permanência dos ambulantes estaria ameaçada, isto é, há um “mínimo” aceitável de risco na construção da confiança depositada.

Propomos, portanto, que a confiança na alimentação contemporânea deve ser analisada sob a ótica de dimensões particularizadas que trazem à tona o estabelecimento de dinâmicas e valores próprios em diferentes contextos, demonstrando o quão é importante entendê-las pela visão dos consumidores e com isso clarificar conceitos e práticas.

A imbricada relação entre alimentação e confiança é só uma das facetas do complexo e contraditório fenômeno do consumo nas sociedades contemporâneas e a sua interminável capacidade de organizar e reorganizar práticas e lógicas específicas.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALEXANDER, Jeffrey. Modern, ante, post, and neo: how intellectuals have coded, narrated, and explained the "crisis of our times". In: Jeffrey Alexander. *Fin-de-siècle social theory: relativism, reduction, and the problem of reason*. London/New York: Verso, 1995, pp. 07-64.

AZEVEDO, E. Riscos e Controvérsias no processo de construção do conceito de Alimentação Saudável: o caso da soja – Florianópolis, 2009. 187f. Tese (Doutorado em Sociologia Política) – Centro de Filosofia e Ciências Humanas, Universidade Federal de Santa Catarina.

BARBOSA, L. Feijão com arroz e arroz com feijão: o Brasil no prato dos brasileiros. *Revista Horizonte antropológico*. Porto Alegre, v. 13, n. 28, 2007.

BARDIN, Laurence. *Análise de Conteúdo*. Lisboa, Edições 70, 1977.

BECK, U. A reinvenção da política: rumo a uma teoria da modernização reflexiva. In: GIDDENS, A. et ali. *Modernização reflexiva: política, tradição e estética na ordem social moderna*. São Paulo: Universidade Estadual Paulista, 1997, pp. 11-71.

BECKER, H.S. *Falando da Sociedade. Ensaio sobre as diferentes maneiras de representar o social*

CAMPBELL, Colin. *A ética romântica e o espírito do consumismo moderno*. Rio de Janeiro, Rocco, 2001.

CANCLINI, Néstor García. *Consumidores e cidadãos - conflitos multiculturais da globalização*. Rio de Janeiro, UFRJ: 1996.

DaMATTA, R. Sobre o simbolismo da comida. *Correio da Unesco*, 15(7):21-23, 1987.  
CANESQUI, A.M., GARCIA, R..W.D. (org.) *Antropologia e nutrição: um diálogo possível*. Rio de Janeiro: Editora FIOCRUZ. 306p. (Coleção Antropologia e Saúde), 2005.

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

\_\_\_\_\_. *As Conseqüências da Modernidade*. São Paulo, Editora UNESP, 1991.

GUIMARÃES, Mauro. *Educação Ambiental Crítica*. In: LAYRARGUES, Philippe Pomier (org.). *Identidades da educação ambiental brasileira*. Brasília, Ministério do Meio Ambiente/ Diretoria de Educação Ambiental, 2004.

KJAENER, U. ; WARDE, A LAVIK, R. e HARVEY, M. Trust and institutionalisation of food consumption. Paper apresentado no European Sociological Association. Torun, Poland, 9-12 sep., 2005.

LIEN, Marianne Elisabeth; NERLICH, Brigitte. *The politics of food*. New York: Berg, 2004.

LUHMANN, N. *Trust and Power*. Nova York, Wiley. 1979

LÜNDASEN, S. Podemos confiar nas medidas de confiança? *Opinião Pública*, Campinas, Vol. VIII, nº2, pp.304-327, 2002.

MENASCHE, R. Os grãos da discórdia e o risco à mesa: um estudo antropológico das representações sociais sobre cultivos e alimentos transgênicos no Rio Grande do Sul. Porto Alegre: Ufrgs. 287f. Tese de Doutorado em Antropologia Social. 2003.

POLLAN, M. O dilema do omnívoro. Afragide: Publicações Dom Quixote, 2009. 432 p.

PORTILHO, Fátima. Sustentabilidade ambiental, consumo e cidadania. São Paulo, Cortez, 2005.

\_\_\_\_\_.(no prelo). Sociabilidade, confiança e consumo na feira de produtos orgânicos. Artigo a ser publicado no livro “Usos Sociais do Consumo: Práticas de Consumo e Novas Sociabilidades”, organizado por Livia Barbosa, Letícia Veloso e Fátima Portilho, em 2009.

PUTNAM, Robert. Comunidade e democracia: a experiência da Itália moderna, Rio de Janeiro, Fundação Getúlio Vargas. 1996

REIS, B.P.W. Capital Social e Confiança: Questões de Teoria e Método. Rev. Sociol. Polít., Curitiba, 21, p. 35-49, nov. 2003

ROBERTS, K. Lovemarks – o futuro além das marcas. M. Books do Brasil Ed. Ltda. 2005

WARDE, A. Consumption and theories of practice. Journal of Consumer Culture. Vol. 5(2): 131-53, 2005.

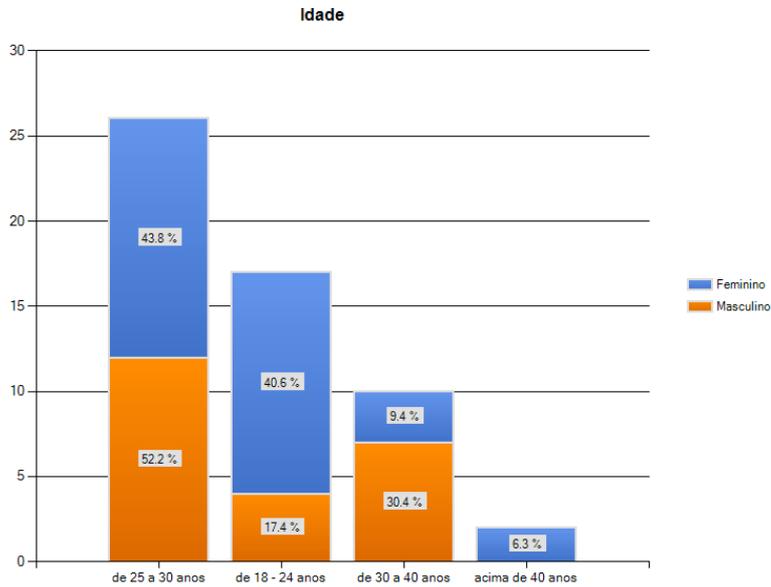
WILKINSON, John. Gestão da Qualidade na Agroindústria. Rio de Janeiro, jul/2009.

ZYLBERSZTAJN, Décio e outros. Cinco ensaios sobre Gestão de Qualidade no Agribusiness. IX Seminário Internacional PENSA de Agribusiness. São Paulo.

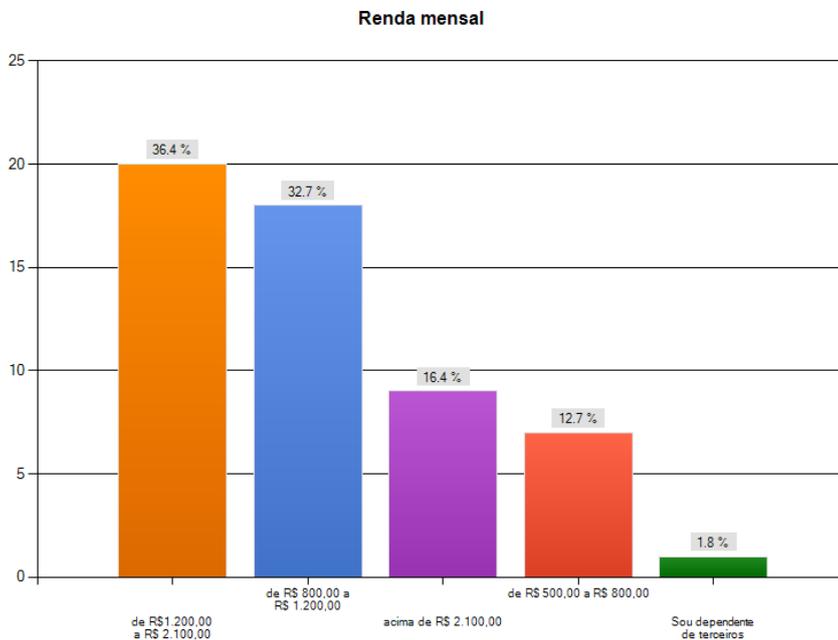
## ANEXO

### GRÁFICOS DOS RESULTADOS DA PESQUISA EMPÍRICA JUNTO AOS ALUNOS DO PERÍODO NOTURNO DA UNISUAM – RIO DE JANEIRO.

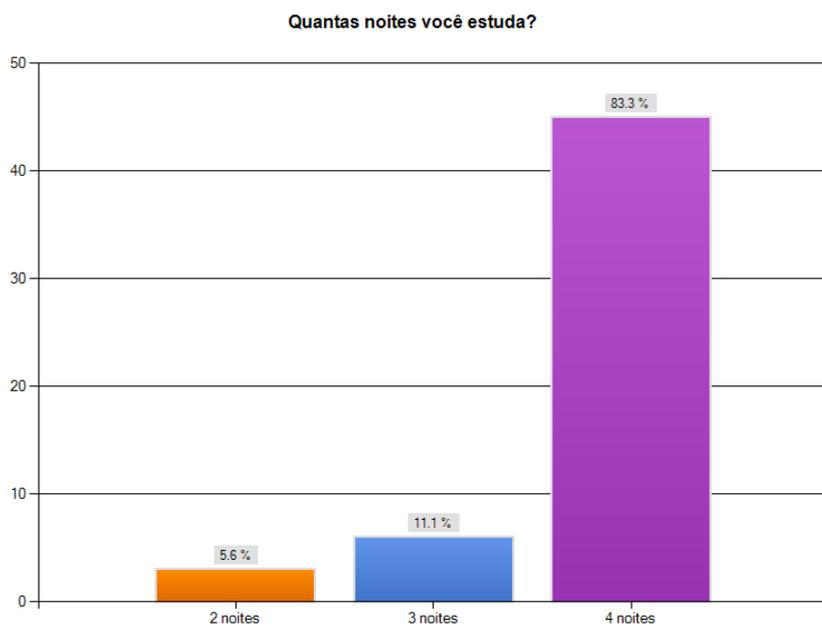
#### 1 – Idade e Sexo



#### 2 – Renda Mensal

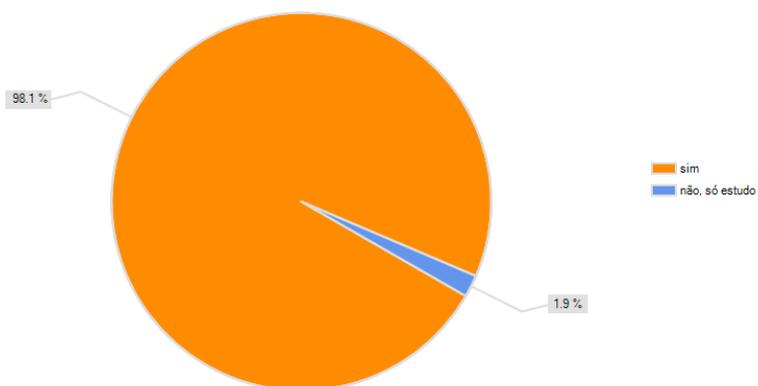


### 3 – Quantas noites vc estuda?

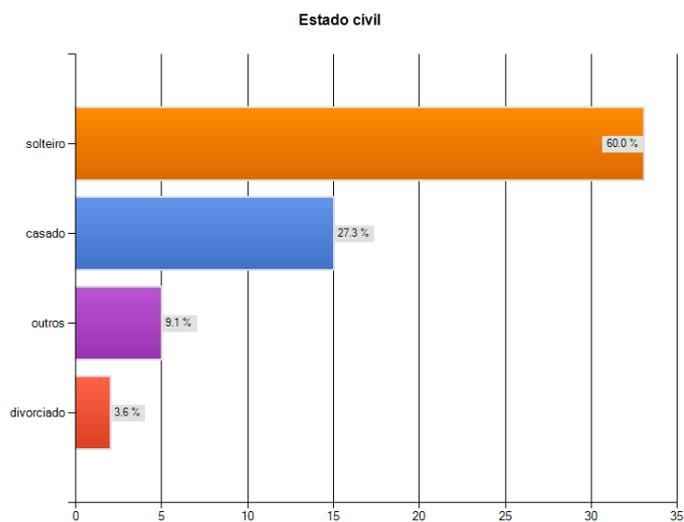


### 4 – Trabalha e Estuda?

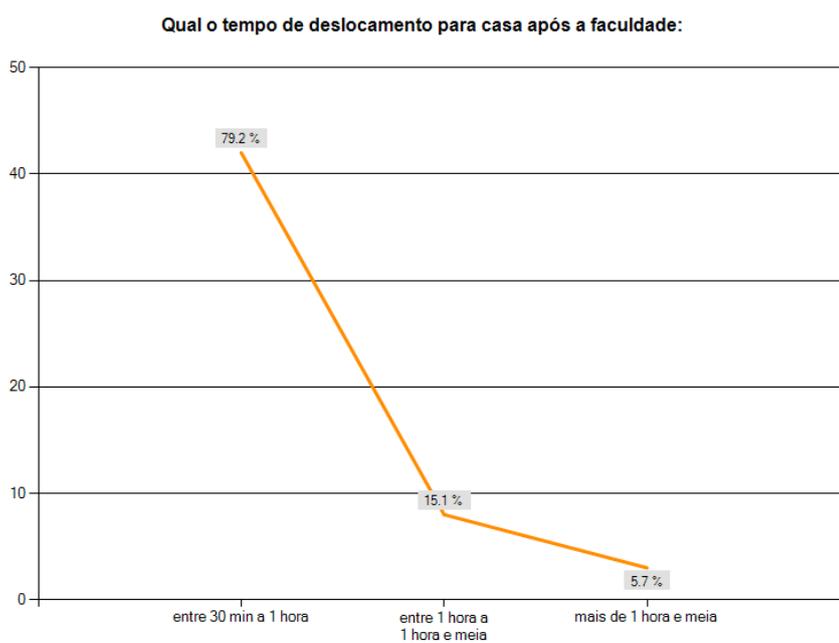
Atualmente, você trabalha e estuda?



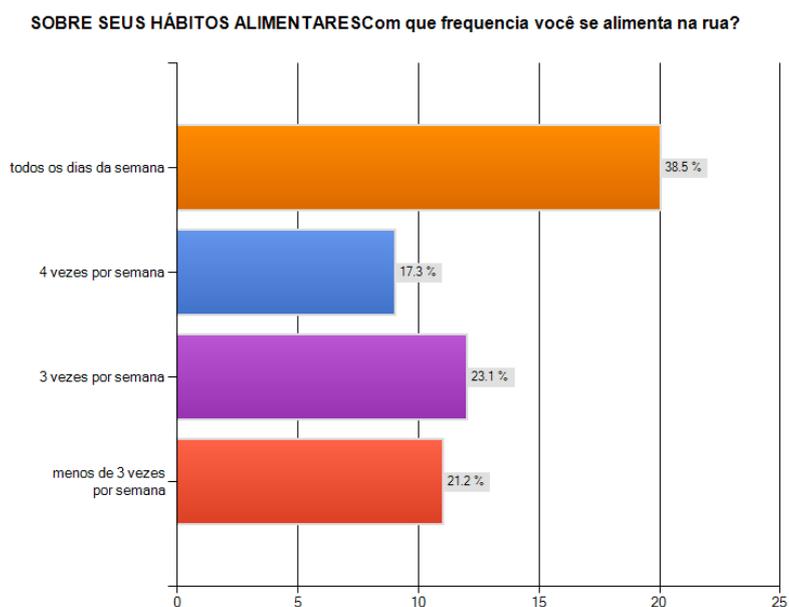
## 5 – Estado civil



## 5 – Tempo de deslocamento Faculdade – Residência:

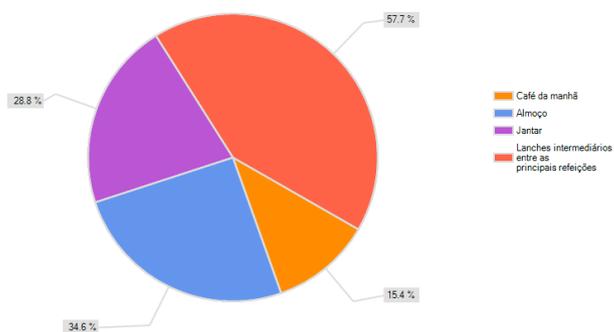


## 6 – Sobre seus hábitos alimentares, com que frequência você se alimenta na rua?

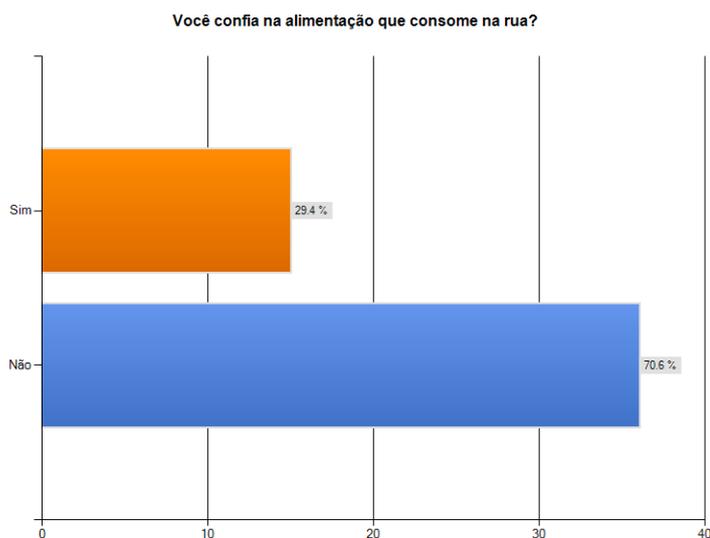


## 7 – Qual a refeição que você deixa de fazer em casa, substituindo pela opção de comer na rua?

Qual a refeição que você deixa de fazer em casa, substituindo pela opção de comer na rua? (marque uma ou mais opções)

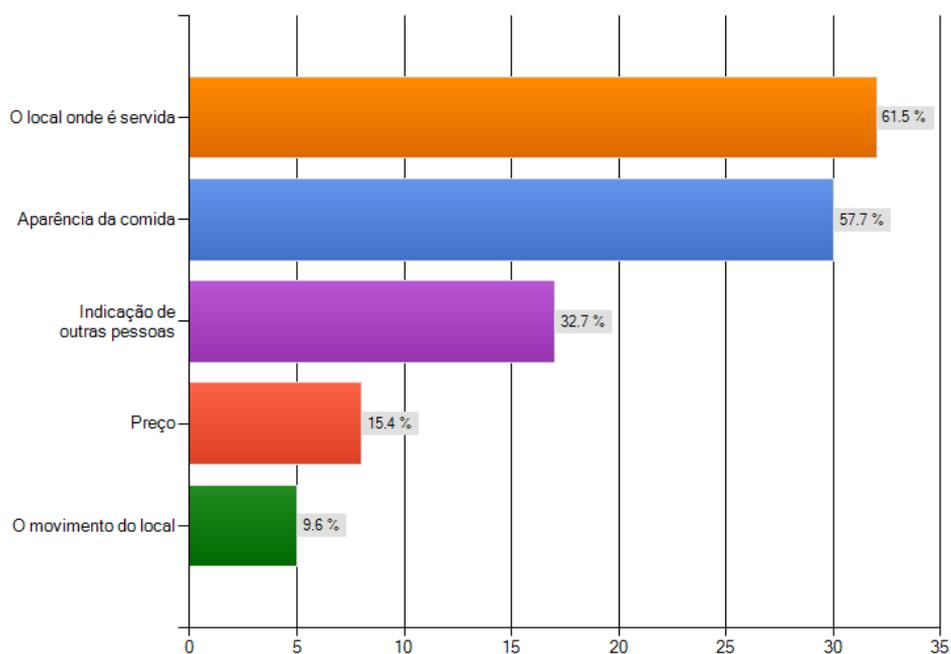


## 8 – Você confia na alimentação que consome na rua?



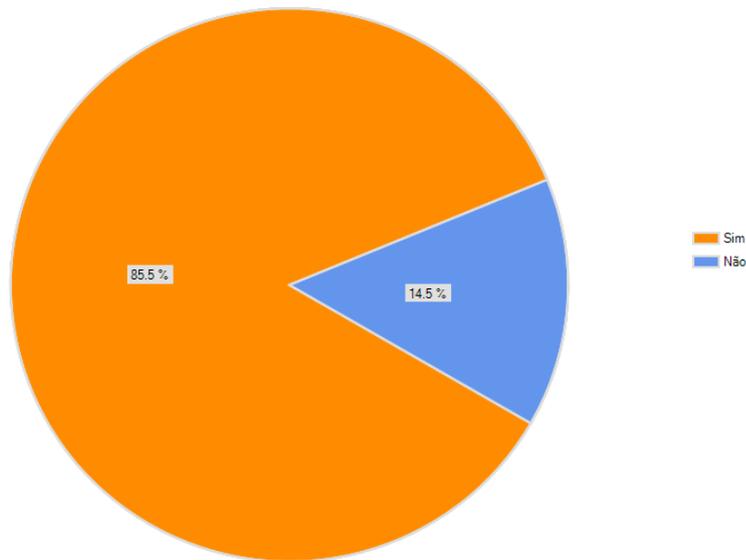
## 09 – O que você leva em consideração para confiar na comida que consome na rua?

O que você leva em consideração para confiar na comida que consome na rua? (Marque uma ou mais opções, somente se o entrevistado assim solicitar)



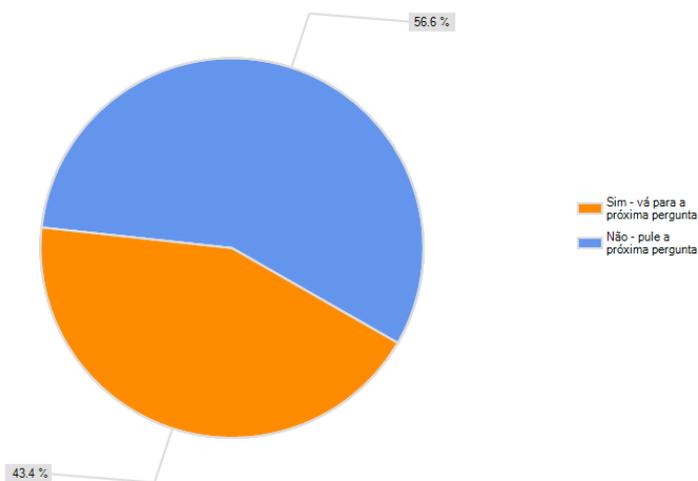
10 – Sobre sua alimentação noturna, você já comeu nas barracas instaladas do lado de fora da faculdade?

SOBRE SUA ALIMENTAÇÃO NOTURNA Você já comeu nas barracas instaladas na calçada do lado de fora da faculdade?



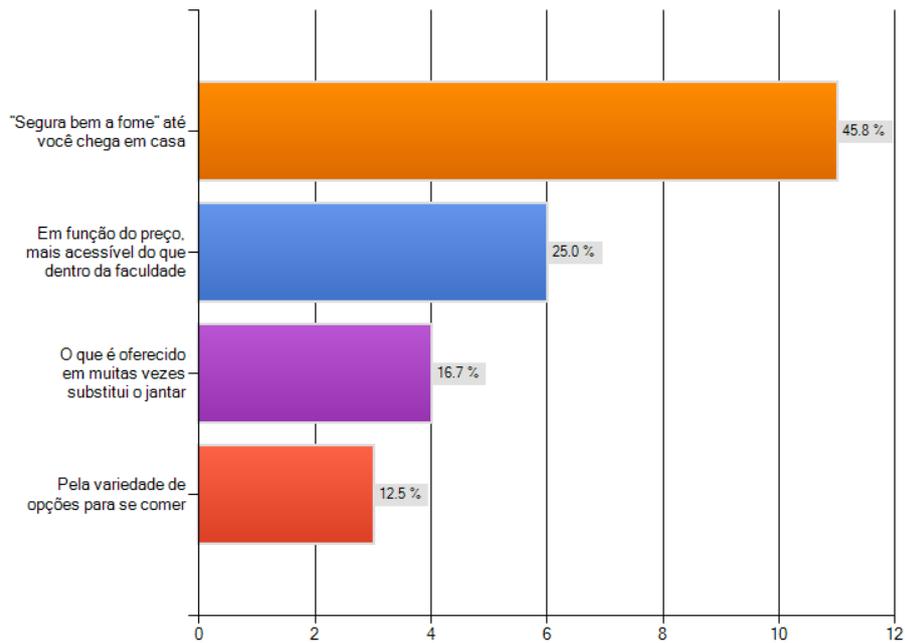
11 – Você considera essas barracas uma boa opção de alimentação?

Você considera essas barracas uma boa opção de alimentação?



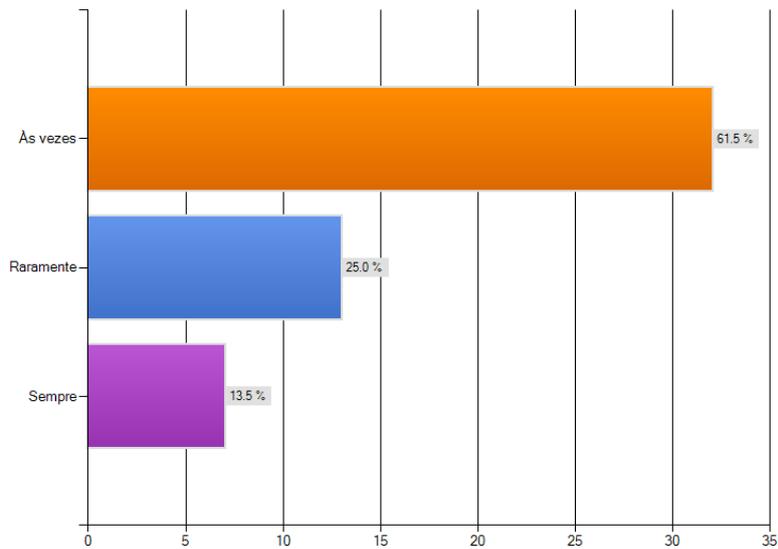
## 12 – Por quê você acha que essas barracas são uma boa opção de alimentação?

Por quê você acha que essas barracas são uma boa opção de alimentação?

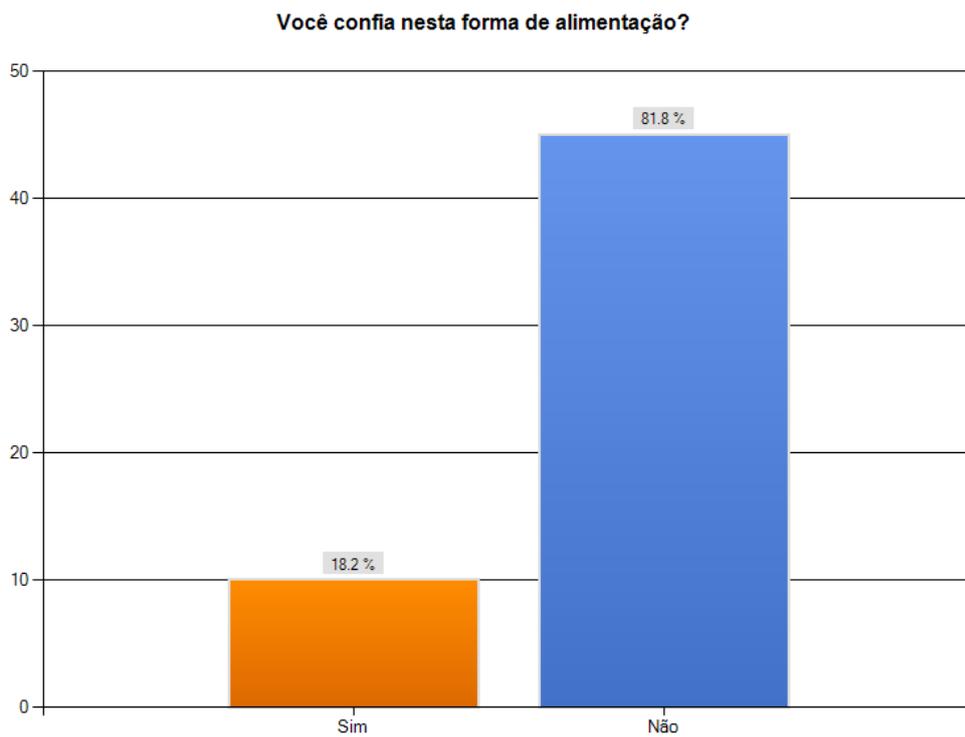


## 13 – Com que frequência você se alimenta nas barracas quando vem para a aula a noite?

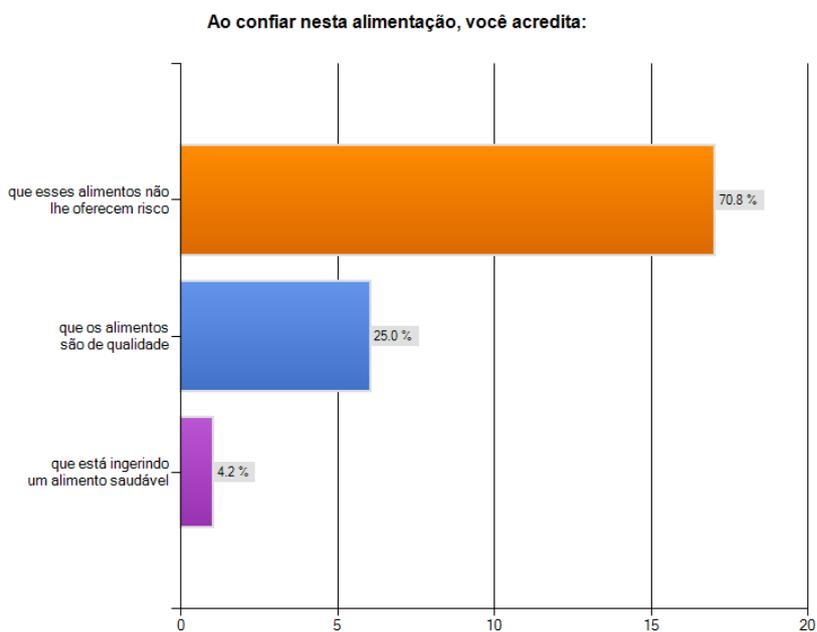
Com que frequência você se alimenta nas barracas quando vem para a aula à noite?



## 14 – Você confia nesta forma de alimentação?

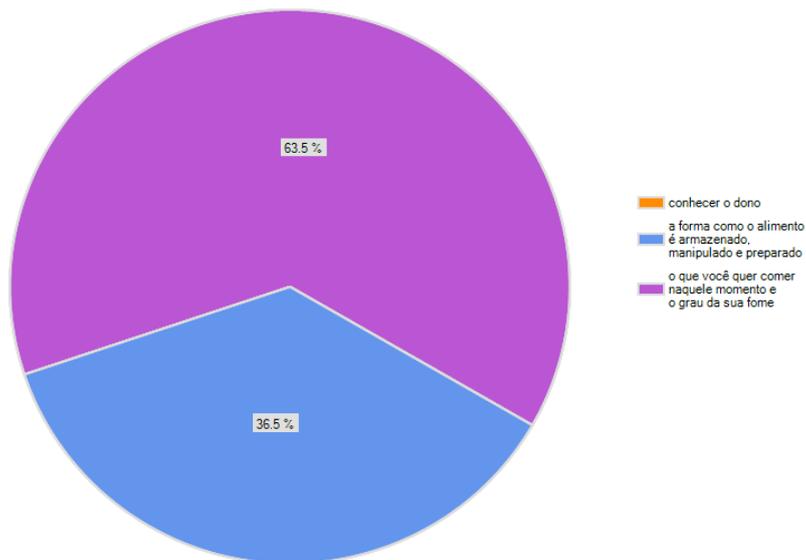


## 15 – Ao confiar nesta alimentação, você acredita



16 – Ao escolher uma das barracas para se alimentar, você considerou:

Ao escolher uma das barracas para se alimentar, você considerou:



17 – Ao chegar em casa, depois da faculdade, você se alimenta com o que?

Ao chegar a casa, depois da faculdade, você se alimenta com o que?

