



UNIVERSIDADE FEDERAL DA BAHIA  
ESCOLA DE NUTRIÇÃO  
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ALIMENTOS, NUTRIÇÃO E SAÚDE

**MICHELE OLIVEIRA DOS SANTOS**

**O COMER POPULAR SOB A ÉGIDE DO SAUDÁVEL:  
UM ESTUDO NO MERCADO MUNICIPAL DE CACHOEIRA – BAHIA,  
BRASIL.**

SALVADOR

2013

**MICHELE OLIVEIRA DOS SANTOS**

**O COMER POPULAR SOB A ÉGIDE DO SAUDÁVEL:  
UM ESTUDO NO MERCADO MUNICIPAL DE CACHOEIRA – BAHIA,  
BRASIL.**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Alimentos, Nutrição e Saúde – Escola de Nutrição da Universidade Federal da Bahia, como requisito parcial para a obtenção do título de Mestre em Alimentos, Nutrição e Saúde.

Orientadora: Prof. Dra. Ligia Amparo da Silva Santos (UFBA)

Co-orientadora: Prof. Dra. Micheli Dantas Soares (UFRB)

Linha de Pesquisa: Alimentação, Nutrição e Cultura

SALVADOR

2013

Ficha catalográfica elaborada pela Biblioteca Universitária de Saúde,  
SIBI - UFBA.

S287 Santos, Michele Oliveira  
O comer popular sob a égide do saudável: um estudo no  
mercado Municipal de Cachoeira – Bahia, Brasil/ Michele  
Oliveira dos Santos. Salvador, 2013.

113 f.

Orientadora: Prof<sup>a</sup>. Dr<sup>a</sup> Ligia Amparo da Silva Santos  
Co-orientadora: Prof<sup>a</sup>. Dr<sup>a</sup> Micheli Dantas Soares

Dissertação (Mestrado) – Universidade Federal da Bahia.  
Escola de Nutrição, 2013.

1. Alimentação. 2. Feiras. 3. Mercado Municipal. I. Santos,  
Ligia Amparo da Silva. II. Soares, Micheli Dantas. III.  
Universidade Federal da Bahia. IV. Título.

CDU 613.2

TERMO DE APROVAÇÃO

**MICHELE OLIVEIRA DOS SANTOS**

“O COMER POPULAR SOB A ÉGIDE DO SAUDÁVEL:  
UM ESTUDO NO MERCADO MUNICIPAL DE CACHOEIRA – BAHIA, BRASIL”

Dissertação apresentada ao programa de Pós-Graduação em Alimentos, Nutrição e Saúde da Escola de Nutrição, Universidade Federal da Bahia, como requisito para obtenção do título de Mestre em Alimentos, Nutrição e Saúde.

Aprovada em 19 de abril de 2013

**BANCA EXAMINADORA**



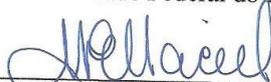
**Profa. Dra. Ligia Amparo da Silva Santos**

Doutora em Ciências Sociais pela Pontifícia Universidade Católica - SP  
Professora Adjunta da Universidade Federal da Bahia (UFBA)



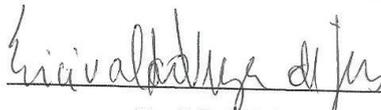
**Profa. Dra. Micheli Dantas Soares**

Doutorado em Saúde Coletiva pelo Instituto de Saúde Coletiva da Universidade Federal da Bahia  
Professora da Universidade Federal do Recôncavo da Bahia (UFRB)



**Profa. Dra. Maria Eunice Maciel**

Doutora em Antropologia Social pelo Université Paris Descartes, França  
Professora da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS)



**Prof. Dr. Ericivaldo Veiga de Jesus**

Doutor em Ciências Sociais pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo  
Professor Universidade Federal de Feira de Santana (UEFS)

Salvador Bahia, 19 de abril de 2013.

## **DEDICATÓRIA**

*A minha mãe pela fortaleza e coragem que me inspiram;  
A meu pai que, com certeza, se sente feliz no plano espiritual;  
As minhas irmãs Marilize e Margarete por estarem presentes e  
a esta última por me dizer “volte” demonstrando o total apoio de sempre.*

## **AGRADECIMENTOS...**

*À Deus pela oportunidade de viver para aprender e por sempre ser meu guia e protetor nos caminhos que escolho seguir.*

*À Sonia Maria, minha mãe, por ser a minha fonte de amor, pela força que possui e sabedoria de vida que me transmite.*

*Às minhas irmãs Marilize e Margarete pela presença e apoio.*

*À professora Ligia Amparo, primeiramente, por se fazer exemplo de educadora, pela confiança depositada deste o início, em todos os sentidos e, principalmente, por sempre estar de coração e ouvidos abertos para nos guiar, quando não sabemos ao certo que direção tomar, mas certa das dificuldades e da nossa capacidade de enfrentamento.*

*À professora Maria do Carmo por simplesmente plantar a semente da pesquisa qualitativa em nutrição através da disciplina Educação Nutricional. E mais uma vez a professora Ligia Amparo que, com um novo olhar, deu seguimento ao referido.*

*À professora Micheli Dantas por aceitar a co-orientação e por esta ter ocorrido com sugestões claras, firmes e ao mesmo tempo doces, mostrando que profissionalismo e competência pode se fazer com suavidade.*

*Ao senhor José Carlos ou, simplesmente, Zé pelo carinho, apoio dedicação e competência naquilo que faz.*

*Às comerciantes e consumidores que me receberam de 'braços abertos', me acolheram em suas casas, boxes e barracas demonstrando, compreensão, afeição, respeito e carinho. Em particular, a Eliza, Dona Maria e Leu que quase me carregaram no colo e que de fato me deram o de comer do popular de Cachoeira.*

*Aos amigos pela torcida, paciência e compreensão pela minha ausência durante esse período.*

*A companheira Iane Carine Freitas que nas alegrias e tristezas, nos momentos de lucidez e desorientação, na amizade formada, no concordar e discordar das opiniões*

*e condutas esteve ali junto e rente, na construção deste caminho. Obrigada companheira!*

*Aos amigos Luciana Labidel e Permínio Vidal por, desde sempre, terem me incentivado.*

*A José Eduardo Araújo pelo carinho e companheirismo durante esses dois anos.*

*Ao Núcleo de Estudos e Pesquisas sobre Alimentação e Cultura - NEPAC-UFBA.*

*À amizade do quinteto formada por mim, Iane Carine, Débora Porcino, Luciana Labidel e Lilian Miranda, suas orientações e desorientações, pelas muitas risadas e trabalhos comentados e construídos através da comunicação diária pelo Chat Resenha. Levarei vocês para onde for.*

*Aos alunos integrantes do PIBIC-UFBA e PET-Nutrição/UFBA pela colaboração e participação no projeto.*

*À Lorena Roberta e Márcia Dantas, amigas inesquecíveis que me deram apoio no momento de travessia.*

*Às inesquecíveis profissionais do Serviço de Nutrição do Hospital de Urgência de Sergipe que fizeram de tudo para garantir a minha permanência naquele hospital. E em particular a Márcia Dantas, Tatiana Palmeiras, Marcia Tomé e Lorena Roberta.*

*À Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES) pelo auxílio financeiro mensal durante estes dois anos e a Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado da Bahia (FAPESB) pelo financiamento do projeto.*

*“Por outro lado, a comida se refere a algo costumeiro e sadio, alguma coisa que ajuda a estabelecer uma identidade, definindo, por isso mesmo, um grupo, classe ou pessoa”.*

*Roberto DaMatta*

SANTOS, Michele Oliveira. **O comer popular sob a égide do saudável**: um estudo no Mercado Municipal de Cachoeira – Bahia, Brasil. 113 f. il. 2013. Dissertação (mestrado) – Programa de Pós-Graduação em Alimentos, Nutrição e Saúde, Escola de Nutrição, Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2013.

## RESUMO

Compreender o comer popular sob a égide da alimentação saudável em um mercado popular do Recôncavo da Bahia foi o objetivo central deste trabalho. Sua justificativa tem origem no fato dos sujeitos contemporâneos permanecerem em uma realidade conflitante, tendo por sua vez como consequência uma comensalidade popular nos mesmos moldes, pois tentam lidar com os discursos imperativos sobre alimentação saudável e a preservação das identidades alimentares. O trabalho se organiza em três capítulos. O primeiro e o segundo referem-se às reflexões teóricas sobre os temas abordados e o percurso metodológico, uma vez que a pesquisa se desenvolveu pelo método qualitativo com base etnográfica, no qual a observação participante e entrevistas semi-estruturadas foram as técnicas de produção de dados. O terceiro corresponde ao resultado em formato de artigo, o qual trata dos sentidos do comer popular na interrelação com o saudável representados pelo sustento e o natural na mediação da “casa” e da “rua”. O estudo discute pontos essenciais sobre as formas como os sujeitos compreendem o comer saudável partindo do seu mundo cotidiano, transmitidos através do comer popular. Este comer popular saudável se apresenta conforme o arcabouço cultural que alimenta o sujeito em muitas fontes que não apenas as tradicionais, mas também as modernas.

**PALAVRAS CHAVES:** comer popular, feiras, mercado municipal, alimentação saudável.

## **ABSTRACT**

Understanding the popular eating under the aegis of healthy eating in a popular market of the Recôncavo Baiano was the main objective of this work. The justification of this work come from the fact of contemporaneous individuals remain in a conflicting reality as result of a popular commensality also conflicting -- once they try to deal with imperative discourses about healthy eating and preservation of feed identity. This work is organized in three chapters. The first and second chapters are related to the theoretical reflections about research subjects and methodological approach as consequence of the qualitative and ethnographic method adopted -- which uses Participant observation and semi-structured interviews techniques for data production. The third chapter presents the results in a paper format, discussing the meanings of popular eating in the interrelationship with the healthy represented by sustenance and by natural in the mediation of "in-home" and "out-home" representations. The study discusses key points about the ways in which the individuals understand the healthy eating, starting from the their everyday world transmitted from the popular eating. This healthy popular eating is presented as a cultural framework which nurtures the individual from many sources not only traditionals but also moderns.

**KEY WORDS:** popular eating, fairs, municipal markets, healthy eating.

## **LISTAS DE SIGLAS**

CAPES - Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior

DCNT - Doenças Crônicas não Transmissíveis

FAPESB – Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado da Bahia

INAN - Instituto Nacional de Alimentação e Nutrição

IPHAN - Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional

NEPAC - Núcleo de Estudos e Pesquisas em Alimentação sobre Cultura

OMS - Organização Mundial de Saúde

PAS - Promoção da Alimentação Saudável

PNAN - Política Nacional de Alimentação e Nutrição

PET - Programa de Educação Tutorial

PIBIC - Programa Institucional de Bolsas de Iniciação Científica

PNSAN - Política Nacional de Segurança Alimentar e Nutricional

PNPS - Política Nacional de Promoção da Saúde

SEI - Superintendência de Estudos Econômicos e Sociais da Bahia

UFBA - Universidade Federal da Bahia

UFRB - Universidade Federal do Recôncavo da Bahia

## ÍNDICE DAS ILUSTRAÇÕES

FIGURA 1 – Cronograma metodológico

FIGURA 2 – Mapa do Recôncavo Baiano - Fonte: Superintendência de Estudos Econômicos e Sociais da Bahia (SEI).

FIGURA 3 – Fotografia da arquitetura colonial de Cachoeira – Fonte: PET- Nutrição.

FIGURA 4 – Fotografia da arquitetura colonial de Cachoeira Fonte: PET- Nutrição.

FIGURA 5 – Foto reprodução do Primeiro Passo para a Independência – óleo sobre tela de Antônio Parreiras localizado no fundo do posto de gasolina da cidade. Tirada por Juliede Alves (NEPAC)

FIGURA 6 – Fotografia onde se visualiza a intensidade da dinâmica da feira em um dia de feira (sábado) ao fundo do Mercado Municipal de Cachoeira – Fonte: PET- Nutrição.

FIGURA 7 – Fotografia da feira visualizada do andar superior do Mercado Municipal de Cachoeira - Fonte: PET- Nutrição.

FIGURA 8 – Fotografia de freguesas consumindo o cozido em um dos restaurantes/barracas da feira, em dia de feira - Fonte: PET- Nutrição.

FIGURA 9 – Fotografia do prato com feijoada vendida em um dos restaurantes do mercado - Fonte: PET- Nutrição.

FIGURA 10 – Fotografia do pirão do cozido produzido em um das barracas/restaurantes da feira - Fonte: PET- Nutrição.

FIGURA 11 – Fotografia do prato de cozido vendido em uma das barracas/restaurantes da feira - Fonte: PET- Nutrição.

FIGURA 12 – Fotografia da panela com mocofato ainda no tempero em um dos restaurantes do mercado - Fonte: PET- Nutrição.

FIGURA 13 – Fotografia do com pirão com mocofato vendido em uma dos restaurantes do mercado - Fonte: PET- Nutrição

## SUMÁRIO

|  |    |
|--|----|
| 1. INTRODUÇÃO.....   | 15 |
| 2. CAPÍTULO I - REFLEXÕES TEÓRICAS.....  | 17 |
| 2.1. FEIRAS E MERCADOS E O COMER POPULAR .....                                       | 17 |
| 2.2. A MEDIAÇÃO DA ALIMENTAÇÃO SAUDÁVEL .....  | 24 |
| 2.3. DO CULTURALMENTE CONSTRUÍDO AO COMER DA INDIVIDUALIDADE E<br>DESCONFIANÇA ..... | 30 |
| 3. CAPÍTULO II - O CAMINHO METODOLÓGICO .....  | 34 |
| 3.1. A APROXIMAÇÃO COM FUNDAMENTAÇÃO METODOLÓGICA .....                              | 35 |
| 3.1.1. A CONSTRUÇÃO DOS DADOS.....   | 36 |
| 3.1.2. A IMERSÃO NO CONSTRUÍDO – A ANÁLISE .....                                     | 39 |
| 3.2. A APROXIMAÇÃO COM UNIVERSO EMPÍRICO - A DESCRIÇÃO.....                          | 41 |
| 3.2.1. A CIDADE RETRATO DO RECÔNCAVO-BRASIL.....                                     | 41 |
| 3.2.2. O LOCAL DE ENCONTROS E DE COMER: O MERCADO MUNICIPAL DE<br>CACHOEIRA.....     | 47 |
| 3.2.3. OS FILHOS DO COMER DO MERCADO: OS FILHOS DE CACHOEIRA.....                    | 50 |
| 4. CAPÍTULO III - O ARTIGO .....   | 60 |
| INTRODUÇÃO .....   | 61 |
| CONSIDERAÇÕES METODOLÓGICAS.....   | 64 |
| RESULTADOS E DISCUSSÕES.....   | 66 |
| O CONTEXTO.....  | 66 |
| Os sujeitos, a comida e o comer no mercado de Cachoeira .....                        | 66 |
| O ENCONTRO DO COMER POPULAR COM O SAUDÁVEL .....                                     | 69 |
| Comida pesada, comida braba: o comer que sustenta o corpo .....                      | 69 |
| O natural do comer popular no mercado .....  | 77 |
| O saudável inserido na mediação da “casa” e da “rua” .....                           | 81 |
| CONSIDERAÇÕES FINAIS .....   | 85 |
| REFERÊNCIAS.....   | 86 |
| 5. CONSIDERAÇÕES FINAIS .....  | 90 |
| REFERÊNCIAS.....   | 90 |
| APÊNDICES .....  | 96 |
| APÊNDICE I - ROTEIRO DE OBSERVAÇÃO.....  | 97 |
| APÊNDICE II - ROTEIRO DE ENTREVISTAS .....   | 99 |

|  |            |
|--|------------|
| <b>APÊNDICE III - TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO.....</b>  | <b>102</b> |
| <b>APÊNDICE IV – PERFIL DE ALGUNS ENTREVISTADOS .....</b>  | <b>105</b> |
| <b>ANEXOS .....</b>  | <b>106</b> |
| <b>ANEXO I – MAPA AMPLIADO DO RECÔNCAVO BAIANO .....</b>   | <b>107</b> |
| <b>ANEXO II - ESQUEMA AMPLIADO DE REPRESENTAÇÃO DO MERCADO DE CACHOEIRA COM AS CARACTERÍSTICAS DA “CASA” E DA “RUA”.....</b> | <b>107</b> |
| <b>ANEXO III – PROJETO E SUB-PROJETO – CACHOEIRA-BAHIA DE FOTOGRAFIAS PET NUTRIÇÃO .....</b>                                 | <b>109</b> |

## 1. INTRODUÇÃO

Esta dissertação é fruto da investigação pertencente ao Projeto “CORPORALIDADES, COMENSALIDADES E ALIMENTAÇÃO SAUDÁVEL NA BAHIA: um estudo sobre as práticas corporais e alimentares em camadas populares sob a ótica da promoção da alimentação saudável” desenvolvido pelo Núcleo de Estudos e Pesquisas em Alimentação e Cultura – NEPAC – Escola de Nutrição, Universidade Federal da Bahia - ENUFBA. O referido projeto é desenvolvido em parceria com a Universidade Federal do Recôncavo da Bahia - UFRB e conta com o financiamento da Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado da Bahia (FABESB) - - Edital 010/2009 - sendo aprovado pelo Comitê de Ética de Pesquisa em Nutrição da ENUFBA sob o Parecer nº 07/10. Tem como objetivo compreender os discursos e as práticas em torno do corpo, do comer e da comida nas camadas populares das cidades de Salvador e do Recôncavo Baiano considerando o discurso contemporâneo da promoção da alimentação saudável. Sua amplitude compreende três cidades do Recôncavo Baiano: Salvador, Cachoeira e na cidade e Santo Antônio de Jesus, município que tem importância como centro comercial e de serviços de sua microrregião.

Sendo produto deste projeto-guia, resulta do sub-projeto cujo título é “COMENSALIDADE E ALIMENTAÇÃO SAUDÁVEL: estudo em um mercado popular de um município da região do Recôncavo da Bahia, Brasil” qualificado em 05 de novembro de 2012, na ENUFBA. Neste, buscou-se como objetivo central, compreender o comer popular sob a égide da alimentação saudável em um mercado popular do Recôncavo da Bahia. Com tal intuito, fez-se necessário observar o comer e suas formas de sociabilidade configuradas no local e, mais especificamente, compreender os sentidos atribuídos à comida popular pelos consumidores e comerciantes do mercado, considerando a perspectiva do saudável. Sua justificativa teve origem no fato dos sujeitos contemporâneos permanecerem em uma realidade conflitante, tendo por sua vez como consequência uma comensalidade popular também conflitante, pois tentam lidar, concomitantemente, com os discursos imperativos sobre alimentação saudável e a preservação das identidades

alimentares. Justifica-se ainda pela carência de estudos com este objeto na área da nutrição, assim como na região estudada.

Assim, discorre em três capítulos. O primeiro refere-se às reflexões teóricas acerca de aspectos essenciais que influenciam o objeto tratado: 'o comer popular sob a égide do saudável'. Dessa forma, as feiras e mercados como ambiente intenso de comércio, interação e comensalidade popular, a mediação da alimentação saudável e as questões que envolvem o comer contemporâneo, marcado pela presença simultânea da tradição e autonomia, construíram os alicerces desta pesquisa.

O segundo descreve o caminho metodológico, revelando o universo empírico, os sujeitos, seu comer e a comida. Os desafios guiados pelo método escolhido são descritos simultaneamente. Mostra, portanto, o caminho cuja abordagem foi qualitativa com bases etnográficas, na qual Observação Participante e entrevistas semi-estruturadas foram as técnicas de produção de dados.

O Capítulo III corresponde ao resultado escrito em formato de artigo, cujo objetivo foi compreender os sentidos do comer popular sob a ótica do saudável considerando os modos heterodoxos compreendidos pela diversidade de formas de pensar que estão relacionados à alimentação saudável e que, por muitas vezes, vão de encontro ao discurso hegemônico "científico" e normativo. Do comer popular surgiram categorias relacionadas com o natural e o sustento envolvidos na dimensão do Mercado como elemento mediado entre "casa" e a "rua". Os sujeitos constroem e reconhecem o saudável, a partir de suas experiências e de sua forma de estar no mundo, o que pode divergir das recomendações normativas e científicas sobre o tema.

Através da compreensão das significações que emergem do popular sobre alimentação saudável, esperou-se também contribuir com a discussão que gira em torno do comer contemporâneo e saúde, para cooperar com futuras propostas e ações que visem à melhoria da qualidade de vida e da saúde das populações valorizado e, sempre, respeitando as identidades culturais construídas em torno da comida nos grupos sociais.

## 2. CAPÍTULO I - REFLEXÕES TEÓRICAS

Da interação entre o comer popular e alimentação saudável viu-se a necessidade de aproximação com temas que envolvem o comer da contemporaneidade, inerentes ao universo empírico desta pesquisa. Desta forma, a discussão sobre feiras e mercados, comensalidade, resistência cultural, autonomia do sujeito e o comer saudável foram fundamentais. A utilização de trabalhos sitiados na Antropologia da Alimentação e nas Ciências Sociais com interfaces na Saúde e no mundo contemporâneo foi imprescindível. Procurou-se, então, o diálogo com os autores Claude Fischler, Jesus Contreras Hernández, Dante Marcello Gallian, Mabel Gracia Arnaiz, Maria Eunice Maciel, Maria do Carmo Freitas e Ligia Amparo da Silva Santos não deixando de referenciar clássicos como Massimo Montanari e Câmara Cascudo e, ainda, Anthony Giddens e Pierre Bourdieu. Assim, as reflexões teóricas seguem elaboradas em três momentos que se inter-relacionam.

### 2.1. FEIRAS E MERCADOS E O COMER POPULAR

Para compreender o objeto de estudo tornou-se fundamental entender a complexidade que envolve o seu meio, as feiras e mercados. Para tal, inicialmente, fez-se o diálogo sobre territorialidade, urbanização e formação das cidades. Ademais, traçou-se a relação com o comer popular que identifica este ambiente.

Filgueiras (2006, p. 25) afirma que existe uma “relação umbilical – de origem – entre comércio e cidade, respondendo às necessidades de abastecimento da população urbana e de seus arredores, garantindo a articulação política, territorial e econômica da sua região de influência”. Esta autora exemplifica os *Bazaars* árabes, a *Ágora* grega, os fóruns romanos ou as praças de mercado medievais como lugares de mercado, originalmente emblemáticos, representantes não só da simbiose entre cidade e comércio, mas também do forte caráter social presente.

Entretanto, contradizendo afirmativa de que a feira no Brasil “é uma instituição introduzida pelo colonizador português habituado que estava desde a baixa Idade Média”, proferida por Luiz Mott (2000, p. 20), autor de um dos primeiros e poucos

estudos sobre feiras e mercados do Brasil, Filgueiras (2006) afirma que os mercados populares brasileiros surgiram na época da colonização, por influência de Portugal, apesar de não ter sido o seu estado responsável por sua implantação. Para a autora a formação dos mercados populares e sua ligação com a formação das cidades não estão diretamente correlacionados a implantação dos primeiros pelos portugueses, mas surgem por consequência de objetivos outros da Colônia.

Godoy (2011, p. 11) em seu trabalho intitulado “A cidade no Brasil – período colonial” informa que a igreja desempenhou papel importante na fundação de vilas e cidades neste período e exemplifica ao considerar que “a oficialização de núcleos urbanos perante o poder institucional dá-se com a edificação de uma capela que uma vez visitada por uma cura a promove à categoria de vila ou cidade”. Para o autor, o espaço urbano do período referido representa tanto “o poder do Estado, mediante a aplicação de normas e códigos de fundação e regularização do parcelamento do solo, como o da Igreja Católica para a difusão cultural-ideológica e práticas de catequização”.

Em consonância, Filgueiras (2006, p. 30) defende que era a “Igreja – e não o mercado - o ponto focal, institucional e espacial, dos núcleos de povoamento brasileiros, cuja expansão e adensamento se deram, do mesmo modo, em torno destes marcos religiosos”. Esta ideia favorece a afirmação de que “os núcleos urbanos fundados no período colonial no território brasileiro se caracterizaram apenas em sentido político de domínio territorial e controle fiscal sobre o escoamento de mercadorias” (GODOY, 2011, p. 10) e não pela formação originalmente de mercados populares, apesar desses, conseqüentemente, terem surgido no decorrer deste processo de formação das cidades.

Associada a centralidade da Igreja, para Filgueiras (2006), a dinâmica de colonização do país, concentrada no litoral e polarizada, principalmente, por Salvador e pelo Rio de Janeiro contribui para a compreensão da origem da formação das cidades brasileiras como um fenômeno tardio e urbano. Para autora, o fenômeno se deu ainda de modo mais lento e disperso no interior, favorecendo a manutenção de uma economia de subsistência dentro das fazendas. “Era, então, o momento do culto religioso que propiciava o surgimento de percursos e trajetos, o encontro, a festa e as atividades comerciais, ainda que incipientes”, (FILGUEIRAS, 2006, p. 30).

Do século XIX para o XX, com o crescimento demográfico e a redução das terras, a tendência foi o declínio da auto-suficiência do meio rural e intensificou-se o comércio nas vilas e cidades para atendimento das necessidades alimentares. Este, também foi o período no qual houve a importação de um urbanismo regulador, o qual intervia de modo mais intenso e sistemático no espaço urbano, no sentido da sua ordenação e saneamento (FILGUEIRAS, 2006). Nesta perspectiva, Mascarenhas (2008, p. 82) afirma que a “feira livre surge como iniciativa modernizante para substituir o tradicional mercadejar colonial, ambulante e quitandeiro<sup>1</sup>”. Sendo, portanto, “símbolo de ordem, higiene e progresso”.

Não obstante, é relevante a importância do gado para ocupação territorial, fixação da população no interior do Nordeste brasileiro e consequente formação de cidades. Lima (2010) afirma que a estrutura socioeconômica, a composição populacional, a densidade demográfica e as possibilidades de transporte e comunicação são alguns dos elementos principais que condicionaram a realização das feiras no Brasil, sobretudo na região Nordeste. Para este autor, embora a dinâmica das feiras de gado - que outrora marcaram a fixação do homem em meio ao contexto de produção agrícola passe a deixar de existir a partir dos anos cinquenta do século XX, as feiras mantiveram continuidade adquirindo a feição de pontos no território que reúnem negócios, sobretudo envolvendo a população do campo e rural.

Maia (2002, p. 18, 20) cita cidades como “Quixadá e Baturité, no Ceará; Itabaiana e Campina Grande, na Paraíba; Itambé, Goiana e Arcoverde, em Pernambuco; Feira de Santana, na Bahia”, como algumas cidades que tornaram-se conhecidas por causa das suas feiras de gado. Para a autora, “as feiras de gado de

---

<sup>1</sup> Em seu estudo sobre a criação das feiras livres na cidade do Rio de Janeiro, Mascarenhas (2008, p. 6, 2) relata o duplo contingente de mercadores do período colonial como “ambulantes e aqueles assentados precariamente em pontos fixos nas vias públicas, exercendo seu ofício de forma relativamente sedentária”. Informa, ainda, como merecedoras de destaque as populares “quitandas (do quimbundo *kitanda*: mercado)” como “aglomerações de negras ao ar livre, acoradas ou dispostas de tabuleiros, situadas em pontos preestabelecidos, para a venda de produtos da pequena lavoura, da pesca e da indústria doméstica”. Gonçalves (2013, p. 30) revela que ambos os comerciantes integram o que chama de comércio “a retalho” em uma Salvador do período colonial, mostrando que apesar desse tipo de comércio ser diverso na época, um número significativo de ambulantes se dedicava ao comércio de frutas, verduras, legumes e um variado número de iguarias culinárias. Para o autor “aqueles que não podiam ou não queriam sair de rua em rua oferecendo suas mercadorias optavam por abrir uma quitanda”. Estas “eram montadas, geralmente, na sala, corredor ou quarto da frente da casa do proprietário”. “O quitandeiro era um comerciante estabelecido em um ponto e se dedicava a um comércio muito similar ao do vendedor ambulante com a diferença de que os fregueses que viam ao seu encontro”. Assim, “distintos dos vendedores ambulantes, os quitandeiros passavam pelas mesmas limitações e vicissitudes”.

maior destaque se encontravam na região semiárida, caracterizada pela produção pecuária, ou nas “regiões de transição” entre o litoral e o sertão”. Feira de Santana se encontra nesta “região de transição” e tem sua origem em um local que acabou destacando-se “devido à sua posição de entroncamento de vários caminhos, onde tropeiros se encontravam e promoviam a feira do gado, alcançando tamanho destaque que daria origem ao nome do município” (MARTINS, 2006, p. 2).

Os termos “feiras” e “mercados” são comumente utilizados como sinônimos em estudos sobre o tema (FERRETTI, 2000; MOTTI, 2000; FILGUEIRAS, 2006). Entretanto, para Ferretti (2000), apesar de ambos serem locais onde se comercializam alimentos e outras mercadorias, as feiras e mercados das cidades nordestinas possuem diferenças. Assim,

Feiras são reuniões comerciais periodicamente realizadas em locais descobertos (rua, praça, etc.), frequentemente próximo ao mercado. Tendem a ser realizadas durante um dia da semana (especialmente sábado, domingo ou segunda-feira) e a oferecer maior variedade e quantidade de produtos do que os mercados. Os vendedores das feiras, quando comerciantes ambulantes, participam em geral de mais de uma feira, realizada em dia e local diferente. (FERRETTI, 2000, p. 41)

As feiras acontecem em comum acordo com administração do município sendo os feirantes contribuintes e fiscalizados. Sobre o assunto, Mascarenhas (2008, p. 75) afirma que feira livre brasileira “constitui modalidade de mercado varejista ao ar livre, de periodicidade semanal, organizada como serviço de utilidade pública pela municipalidade e voltada para a distribuição local de gêneros alimentícios e produtos básicos”. Na região Nordeste as feiras muitas vezes acontecem junto ao Mercado Municipal. Motti (2000) relata que em pequenas cidades do Nordeste, via de regra, há um Mercado Público que só funciona dia de feira, sendo este depois da Igreja a maior construção urbana da cidade. Sobre as características dos mercados Ferretti (2000, p. 40) sinaliza que:

[...] funcionam em local coberto, frequentemente em prédio construído ou administrado pela municipalidade abrigando todos os feirantes. Tende a funcionar diariamente, ficando às vezes aberto durante todo o dia. São encontrados nos núcleos urbanos mais populosos tendo como função principal o abastecimento da população local. (FERRETTI, 2000, p. 40)

Neste sentido, estão postos dois espaços que se comunicam e complementam com relações e finalidades confabuladas, apesar de conformação diferenciada, porém comunicantes.

Na perspectiva das relações sociais, Vendana (2008), em seu estudo antropológico sobre a duração das práticas do mercado de rua no mundo urbano contemporâneo, conceitua o mercado como um arranjo social derivado de simbolismos da circulação de alimentos que veiculam determinadas práticas e gestos no meio urbano e configura o mercado, nas suas mais variadas feições (feiras livres, *marchés parisiens* e mercados de rua), como sendo a expressão concreta de tal arranjo social ali estabelecido.

De forma ambígua, Mascarenhas (2008, p 83) adjetiva a feira como “anacrônica, atrasada e inadequada”. Para este autor “a feira não acompanhou o ritmo frenético da modernização, e ficou quase como uma gota cristalizada no tempo corrido do progresso, perdendo espaço para os supermercados”. Por outro lado, alude à feira um espaço onde as relações demonstram certa aproximação. Para o autor, neste comércio “o sujeito moderno é obrigado a interagir animadamente com estranhos e a se confrontar a um misto de formas, cores e cheiros que seus olhos não são capazes de discernir ou classificar rapidamente”. No sentido metafórico, o autor diz que a feira livre, talvez, possa ser “uma filha rebelde da modernidade que insiste em desafiá-la”. Dessa forma, os mercados e feiras populares<sup>2</sup> configuram tal espaço, resistindo e modernizando, assim como aquilo que o estrutura e o representa no cotidiano: os sujeitos, os gestos, a mercadoria, o comer e a comida, em uma trama simbólica de significações.

Para Filgueiras (2006, p. 64), os mercados populares são espaços de vitalidade, não apenas por serem “historicamente centros de convergência de pessoas e atividades diversas, mas pela multiplicidade de relações e trocas simbólicas existentes, natureza cotidiana de suas atividades ao estímulo dos

---

<sup>2</sup> Não cabe a este estudo se aprofundar na complexidade do termo popular e seus variados conceitos, mas cabe fazer uma pequena ressalva do que se refere o popular que designa o mercado pesquisado. Para Ferreira (2001) popular se refere a tudo aquilo é “do, ou próprio do povo, ou feito por ele”. No cotidiano do mercado vê-se um comer simbólico característico do povo que ali consome a comida.

sentidos”. Para a autora esses estímulos ocorrem pela abundância de cores, cheiros, sabores e barulhos e ao traçado labiríntico que muitas vezes os caracteriza.

No que tange a conviviabilidade, Vendana (2008, p. 164) relata, ao se referir ao *Marché de Belleville* em sua tese, que esta se apoia em “uma relação de intimidade, familiarização e também prazer”. A autora discute o alimento como parte importante neste processo e coloca que o mercado é resultante de práticas e gestos, como expressão dos laços orientados pelos simbolismos que envolvem o alimento através dos mesmos. O alimento é, então, elemento simbólico importante para as relações ali estabelecidas, o que está em consonância com Maciel (2001, p. 145), ao afirmar que “ao se alimentar, o homem cria práticas e atribui significados àquilo que está incorporando a si mesmo, o que vai além da utilização dos alimentos pelo organismo”, podendo ser compreendido como uma dimensão de representações de si com o outro ao comunicar-se socialmente.

Para Maciel (2004, p. 1) “a alimentação implica representações e imaginários, envolve escolhas, classificações, símbolos que organizam as diversas visões de mundo no tempo e no espaço”. É assim, portanto, que as relações acontecem e dão sentido e identidade ao mercado e aos sujeitos que ali circulam, assim como suas práticas alimentares no decorrer do tempo. No mercado, então, “o sujeito compartilha com o outro através do sabor dos alimentos, dos cheiros e texturas corresponde a certa maneira de viver, um ambiente de pertença e de confiança, fundadas nos símbolos cíclicos do alimento” (VENDANA, 2008, p. 164).

Considerando a definição de Ferreira (2004), o mercado popular pode ser identificado como local onde se comercializa gêneros alimentares e outras mercadorias de forma popular, ou seja, própria do povo ou feita por este. Assim, as representações simbólicas discutidas acima constroem uma “teia de significados” (GEERTZ, 1989, p. 4) formando um sistema de símbolos que autores como Lévi-Strauss (2008), o próprio Clifford Geertz (1989) e Maciel (2004) discutem. Tal sistema identifica os sujeitos e a classe social a qual pertence, refletida através daquilo que é comercializado, consumido e produzido, principalmente no que tange o alimento e a comida, componentes que originalmente impulsionam o mercadejar popular nesses ambientes.

Ao discutir gestos de classes e estilo de vida Bourdieu (1976) afirma que é através deste último, estigma pelo qual Marx consagra o povo como propriedade do capital, que os mais despossuídos se denunciam imediatamente, destinando-se a

servir de contraste para todos os empreendimentos de distinção que estão nos princípios das mudanças incessantes do gosto. Assim, na dimensão do gosto popular, o autor coloca que as formas de viver representadas por esta classe social contribuem de maneira negativa com a dialética da distinção, pois além de estar despojados do saber e da boa educação são considerados ainda aqueles que “não sabem viver”, aqueles que mais se sacrificam pelos alimentos materiais e pelos mais pesados; mais grosseiros e que engordam como pão, batatas e gorduras, além dos mais vulgares, como o vinho. Nessa perspectiva, a classe menos abastada economicamente é, portanto, normalmente distinguida pelo gosto peculiar que a estigmatiza.

Ao discutir o gosto pela comida como produto social, Montanari (2008) coloca que a qualidade da comida além da quantidade tem forte valor comunicativo e exprime imediatamente uma identidade social. Essa afirmativa em associação com o discutido por Bourdieu (1976) permite entender que as classes sociais são caracterizadas por específicas formas de consumo alimentar, percebidas através do gosto vinculado a mesma. Assim, o gosto popular denuncia o estilo de vida associado à classe, sustentado pelo *habitus* (BOURDIEU, 2008) alimentar construído. É esse gosto que associado a questões culturais marca a identidade dos Mercados Populares.

Considerando a originalidade dos Mercados Populares Brasileiros à época da colonização, o gosto popular ali estabelecido, tem como principais heranças resquícios culturais resultantes das influências das etnias indígena, portuguesa e africana. Longe de querer colocar as “três raças” em um plano horizontal, o que colaboraria com uma visão de harmonia que implica o “mito” da democracia racial (MACIEL, 2004, p. 5), pode-se perceber a influência destes povos nos alimentos e na comida servida nos mercados.

A mandioca, por exemplo, alimento de base alimentar indígena, segundo Cascudo (1967), dominou o paladar português na cotidianidade. O autor informa que o europeu no Brasil ampliava a roças, comiam, vendiam, compravam e melhoravam as casas de farinha. Este alimento era, então, a “reserva, a provisão e o recurso” na época. Os negros advindos da África, cujo seus descendentes em maioria fazem parte da classe popular na atualidade, “antes de pisarem no Brasil já vinham comendo mandioca”, pois era levada nos navios para o sustento dos escravos. O autor ainda afirma que há mais de cinco séculos a farinha continua mantendo o

prestígio no crédito popular. Parece, portanto, não ser à toa que sua forte presença, tanto para a comercialização quanto para o consumo, está marcada nos mercados populares.

Assim, considerando a herança cultural, pode-se dizer que não só a farinha de mandioca, mas outros alimentos e preparações configuram através do consumo dos sujeitos, o gosto popular nestes ambientes. Santos (2006, p. 262), afirma que o rol culinário, se referindo às comidas da “Rampa do Mercado”, resiste e está presente nas feiras e mercados populares ainda nos dias de hoje, dá exemplos da Feira das Sete Portas, Mercado da CEASA e Feira de São Joaquim na cidade de Salvador. A autora ainda afirma que esses espaços representam uma memória viva da história alimentar da cidade, a qual chama de resistente aos apelos da alimentação *light*, particularmente, nas camadas populares.

Isso pode ser observado no estudo de Santos (2012), o qual teve como objetivo investigar os usos e sentidos atribuídos a comensalidade baiana contemporânea no Mercado do Peixe, um Mercado que se transformou predominante em um espaço de comensalidade em Salvador-Bahia. No capítulo “O Mercado do Peixe, um lugar para comer e beber” a autora relata a comensalidade, as diferentes formas do comer, diferentes relações do sujeito com a comida e segregação social do comer, dentro de um só espaço. Ainda identificou que as comidas consideradas típicas baianas, tanto as cozidas com azeite de dendê como as ditas “comidas pesadas” são presentes nos cardápios dos restaurantes e são frequentemente pedidas pelos clientes.

## **2.2. A MEDIAÇÃO DA ALIMENTAÇÃO SAUDÁVEL**

“O discurso sanitário se constrói segundo lógicas variáveis de um país para outro” (FISCHLER E MASSON, 2010, p. 61). Esta afirmativa permite compreender a diversidade de significações que abarcam a saúde, entendendo, conseqüentemente, que suas práticas também são moldadas segundo variados aspectos. Em seu livro intitulado “Comer: a alimentação dos franceses, outros europeus e americanos”, os autores anteriormente referenciados identificaram a saúde nos discursos dos interlocutores surgindo de diferentes formas. Para os americanos, “a saúde é direta,

explícita e tecnicamente afirmada”, diferente dos discursos europeus, nos quais está presente “de forma secundária ou implícita” “como um dos efeitos secundários do comer bem”. (FISCHLER E MASSON, 2010, p. 55). Isso permite dizer que a compreensão sobre a saúde abarca questões outras que não apenas as limitadas pela hegemonia dos seus discursos normativos e “científicos”.

As escolhas alimentares na contemporaneidade têm sido o alvo de diversas discussões sendo apresentada como protagonista do processo de transição alimentar e nutricional caracterizado pela maior incidência das Doenças Crônicas não Transmissíveis (DCNT). Estas modificações vêm resultando no crescente direcionamento das ações em saúde para o enfrentamento de moléstias como a Hipertensão, Acidente Vascular Cerebral (AVC), diabetes mellitus e infarto do miocárdio.

No que tange a alimentação, tem-se as recomendações preconizadas pela Organização Mundial de Saúde (OMS) em 2004, através da Estratégia Global de Promoção da Alimentação Saudável, Atividade Física e Saúde (BRASIL, 2004). Para Medeiros (2011), no universo da promoção, a Estratégia Global orienta o arsenal de marcadores institucionais no Brasil, como a Política Nacional de Alimentação e Nutrição (PNAN), Resolução do Conselho Federal dos Nutricionistas e a Política Nacional de Segurança Alimentar e Nutricional (PNSAN) para a legitimação das práticas no campo da saúde coletiva, tendo também subsidiado a redação do Guia Alimentar para a População Brasileira. A PNAN e a Estratégia Global terminam por compartilharem do mesmo propósito central:

[...] fomentar a responsabilidade associada entre sociedade, setor produtivo e público para efetuar as mudanças necessárias no âmbito socio-ambiental, que favoreçam as escolhas saudáveis em nível individual e coletivo. (BRASIL, 2008, p. 18)

Para isso, a PNAN tem como alicerce a promoção das práticas da alimentação saudável, tendo desenvolvido material que subsidiam seu desenvolvimento, a exemplo da cartilha da alimentação saudável e atividade física. Ademais, a Estratégia Global também influencia a Estratégia de Promoção da Alimentação Saudável – PAS (BRASIL, 2007) integrante da Política Nacional de Promoção da Saúde – PNPS (BRASIL, 2006) bem como o Marco de Referência de Educação Alimentar e Nutricional para as Políticas Públicas (BRASIL, 2012).

O Guia Alimentar para População Brasileira (BRASIL, 2008, p.15), publicado pelo Ministério da Saúde apresenta diretrizes de orientação à população quanto às escolhas alimentares. Este Guia aponta que “uma alimentação saudável não deve ser vista como uma receita pré-concebida e universal, porque deve respeitar alguns atributos individuais e coletivos impossíveis de serem quantificados de maneira prescritiva”. A justificativa para isso reside na compreensão de que “a alimentação se dá através do consumo de alimentos e não de nutrientes” Assim, “uma alimentação saudável deve ser baseada em práticas que tenham significado social e cultural”. Tal perspectiva está em consonância com o dito por Maciel (2004, p. 1) sobre a capacidade identitária e de socialização da alimentação. A autora afirma que a alimentação corresponde “a um sistema simbólico no qual estão presentes códigos sociais que operam no estabelecimento de relações dos homens entre si e com a natureza”. Assim reconhecendo, pode-se entender que a Alimentação Saudável está configurada dentro desse arcabouço o que torna ambas indissociáveis.

A referência cultural aparece no Guia Alimentar em alguns dos seus princípios. O princípio do “referencial científico e a cultura alimentar” correlaciona a cultura e a ciência no saudável de maneira peculiar quando aponta que os padrões de adequação e recomendações utilizadas neste guia são semelhantes àqueles utilizados tradicionalmente em muitas regiões do mundo, as quais possuem uma cultura alimentar consolidada e onde as pessoas não convivem com situações de insegurança alimentar e nutricional. Os princípios da “sustentabilidade ambiental” e do “alimento como referência” também abordam essa temática numa perspectiva diferenciada, porém aproximativa ao “resgate de hábitos alimentares regionais” e “culturalmente referenciados”. O primeiro dá enfoque ao incentivo do consumo de alimentos nas formas mais naturais e produzidos localmente e à valorização dos alimentos regionais, da produção familiar e da cultura alimentar. Além de estimular mudanças de hábitos alimentares para a redução do risco de ocorrência de doenças, valoriza a produção e o processamento de alimentos com o uso de recursos e tecnologias ambientalmente sustentáveis. O segundo princípio preconiza que os alimentos encerram um sentido especial nos documentos nacionais, porque especificam o tipo dos alimentos e as refeições consumidos no país, enfatizando as práticas alimentares em nosso contexto cultural.

De forma geral, apesar dos esforços direcionados para conscientização mundial sobre alimentação saudável, Fischler e Masson (2010) afirmam que a

ciência ainda acredita que a causa dos problemas de saúde ligados a alimentação reside no “comportamento alimentar” dos indivíduos concebido de maneira implícita ou explícita como a soma clara das escolhas e preferências dos mesmos. Entretanto, o “comportamento alimentar” não é apenas biologicamente, mas também social e culturalmente determinado e construído. Os autores constataram que ao longo dos anos, no melhor dos casos, a informação e o conhecimento podem perfeitamente progredir sem que os comportamentos mudem na mesma medida. Isso possibilita dizer que as ações puramente informativas não são garantia de mudança e melhora imediata no campo da saúde.

Arnaiz (2005, p. 151) informa que nas sociedades industrializadas, a relativa acessibilidade aos alimentos e a oportunidade de eleger as múltiplas ofertas podem estar associadas aos problemas de saúde derivados do consumo atual. A autora afirma que “tudo é pertinente em uma sociedade em que convivem milhares de produtos alimentares ao lado de milhares de mensagens para evitá-los, promovendo tanto a abundância de comida como a magreza mais rigorosa”. Tais informações encontram como parceiros a mídia, a qual estimula cada vez mais o que Arnaiz (2005, p. 151) chamou de “sociedade da abundância” onde se vive o paradoxo entre o excesso e a redução do consumo alienados à alimentação.

Coadjuvante às ações públicas, é comum conteúdos sobre alimentação saudável serem amplamente difundidos pelos meios de comunicação. Silva (2005, p. 2) afirma que “a mídia, na contemporaneidade, é uma das produtoras do estilo de vida escolhido pelos sujeitos”. Para a autora, ao mesmo tempo em que a mídia estimula e atiça o desejo, dentro da “sociedade de consumo”, também sugere o controle criando estilos de vida, modelos de existência a serem seguidos. Dessa forma, pode-se entender que, em contrapartida ao consumo exacerbado de alimentos, ao adotar as práticas da alimentação saudável, os sujeitos assumem um estilo de vida particular.

Por outro lado, Nascimento (2007) considera a mídia corresponsável pelo que adjetiva como um dos dilemas do homem moderno caracterizado pelo fato deste não saber mais em que acreditar. A autora informa que pesquisas renomadas contradizem tradicionais certezas médicas, confundem pacientes e criam modismos perigosos. Além disso, a todo o momento, estudos de medicina clínica são divulgados, desmentidos e reformulados, a exemplo das notícias sobre consumo do café, vinho, chocolate, terapia hormonal, fibras e dietas. Os sujeitos contemporâneos

se veem, então, no mundo de incertezas disseminadas pela mídia e “embasadas” pela Ciência, que por sua vez, fundamenta as políticas públicas e ações voltadas para os fins da saúde.

Ao estudar as práticas intersetoriais nas políticas públicas de promoção de saúde, Azevedo et al (2012, p. 1333) afirmam que esta prática “tem o potencial de revitalizar tais políticas, estimulando ações promotoras da saúde que contemplem os complexos condicionantes do processo saúde-doença”. Entretanto, discutem-se alguns problemas que envolvem a temática, a exemplo do despreparo político e técnico de gestores e profissionais da saúde para assumir ações desse tipo e questões de ordem administrativa. Para a autora, essa falta de manejo dificulta a execução integrada de ações e leva à falta de reconhecimento de alguns dos temas das políticas como questões legítimas de Saúde Coletiva.

A permanência em muitas das agendas das políticas de “decisões centralizadas que impedem a participação da comunidade e o surgimento de problemas ajustados às realidades locais, também corrobora com o problema, uma vez que suas soluções exigem intervenções intersetoriais e criativas” (AZEVEDO et al, 2012, p. 1333). As autoras ainda sinalizam a falta de consenso entre as políticas brasileiras sobre a definição da alimentação saudável e faz alusão à complexidade que envolve esse tema se apenas considerado a dimensão cultural que o envolve. Nessa perspectiva vê-se a necessidade de se ampliar o leque de discussões e comunicação intersetorial a fim viabilizar a compreensão da complexidade envolvida para garantir o desenvolvimento de ações que atinjam o profissional e, conseqüentemente, o beneficiário.

Sobre os trabalhadores da saúde, Silva et al (2002, p 1371), em sua pesquisa referente às concepções de profissionais de saúde da atenção básica sobre a alimentação saudável, informa que o conceito ideal da alimentação saudável que emerge desses profissionais é definido como uma “condição alimentar que deve ser variada, balanceada e equilibrada com nutrientes; que ofereça benefícios à saúde para a adequação as necessidades nutricionais do indivíduo para um peso saudável e que tenha alimentos frescos naturais e integrais”. Entretanto, todas essas regras são consideradas exteriores à realidade do usuário e, por isso, denominadas, pelos profissionais, como as condições ideais. A alimentação tida como saudável, neste caso, se distancia da realidade vivida pelo indivíduo numa dimensão quase que inatingível. (SILVA et al, 2002).

Uma segunda informação importante da pesquisa supracitada diz respeito à ênfase dada, pelos profissionais, a necessidade de nutrientes, configurando a “importância de uma referência a estes no discurso hegemônico como ícones simbólicos a serem associados à comida do dia-a-dia, mesmo que não se comam nutrientes”. Para a autora, as respostas se aproximam do senso comum, que “transforma a comida cotidiana numa espécie de medicalização recorrente à promoção da saúde”. Essa representação “move o discurso desses profissionais e também interrompe uma maior compreensão da realidade dos usuários”.

Dessa forma, percebe-se a necessidade da compreensão do sujeito como agente de sua conduta cujo comer está associado a características que não se limitam apenas ao biológico, mas ao cultural. Sobre tal compreensão, considerando a perspectiva dos sujeitos do Mercado, Minnaert e Freitas (2010, p. 1607) afirmam que as ações dos protagonistas das feiras e mercados “se revelam relacionadas com suas capacidades criativas que tornam naturais as suas condições de vida e geram conhecimentos práticos em seu mundo cotidiano”. Assim, estes sujeitos confiam na sua forma de estar no mundo em consonância com sinalizado por Giddens (1991, p. 84) em relação “segurança ontológica”. Esta configura a crença de que “a maioria dos seres humanos tem na continuidade de sua auto-identidade e na constância dos ambientes de ação social e material circundante”. Essa permanência tem como base a sensação da fidedignidade de pessoas e coisas, tão central à noção de confiança. É nesse contexto que está inserido o que se entende sobre o comer e, por consequência, o comer saudável.

É comum, portanto, sobre o discurso do comer, a expressão explícita e hegemônica da alimentação saudável, não condizentes ou até mesmo contraditórias às ações alimentares cotidianas. Vislumbra-se na moralidade alimentar o conteúdo que ajudam a compreender esta construção. Barlosius (2010, p. 173) relata que “toda moral nova rompe com os saberes e as rotinas adquiridas no cotidiano, pois supõe uma abordagem consciente e controlada em relação aos novos princípios morais”. Para a autora, a nova moral constantemente se confronta, então, com a persistência das práticas alimentares. Dessa forma, entende-se que estas são consequências de uma diversidade de compreensões e circunstâncias, as quais se relacionam intimamente com sentidos atribuídos pelos sujeitos, os quais na maioria das vezes não estão em consonância com o defendido, mas rege as atitudes dos mesmos.

### **2.3. DO CULTURALMENTE CONSTRUÍDO AO COMER DA INDIVIDUALIDADE E DESCONFIANÇA**

Na atualidade, o sentido do “comer”, apesar de mais rapidamente mutável parece mostrar certa resistência. Contreras (2005) informa que apesar das mudanças atuais, existe a vontade de enfrentamento, uma resistência frente à homogeneidade e a globalidade excessiva. Cita como exemplos a valorização da “cozinha regional” e os aspectos positivos referentes aos “produtos da terra” como temas que emergem desta resistência à homogeneização do comer e da comida.

A ocorrência da regionalização da comida ocorre por formação de identidade social refletindo no comer e, concomitantemente, na comensalidade. Sobre a regionalização da comida, Maciel (2001) afirma que:

[...] a comida pode marcar um território, um lugar, servindo como marcador de identidade ligada a uma rede de significados. Podemos assim falar em “cozinhas” de um ponto de vista “territorial”, associadas a uma nação, território ou região, tal como a “cozinha chinesa”, a “cozinha baiana”, ou a “cozinha mediterrânea”, indicando locais de ocorrência de sistemas alimentares delimitados (MACIEL, 2001, p. 151).

Sobre o tema, Gallian (2007, p. 179) alude que o comer é um “ato fundamental, fruto da necessidade mais premente da vida” e que, a partir dele, “desenvolveram-se práticas e costumes que fundam e dão identidade as diversas sociedades e tradições”. Deste modo, pode-se delinear uma relação direta tanto entre a essencialidade da vida individual como da vida coletiva ou humana. A segunda pode ser representada pela comensalidade, demarcada por características próprias de identidade de determinado grupo social.

DaMatta (1986, p. 36), ao traçar algumas considerações sobre a comensalidade brasileira, diz que “nem tudo que alimenta é sempre bom ou socialmente aceitável”, da mesma forma que “nem tudo que é alimento é comida”. Esta é, portanto, “tudo que se come com prazer, de acordo com as regras mais sagradas de comunhão e comensalidade”. O que se entende como comida, então, para além do biológico, transcende a uma dimensão sócio-antropológica. Da mesma

maneira, a comensalidade, para além da socialização da comida, marca identidade, valores e preceitos de uma época.

Sobre o tema, Montanari (2008) discute que a comida se apresenta como elemento decisivo da identidade humana e como um dos mais eficazes instrumentos para comunicá-la. Como consequência disso, permite identificar nichos, sejam eles culturais, sociais ou religiosos e suas relações, representados pela comida que consomem. Como exemplo desses grupos, Vivaldo Costa Lima, em seu livro “A Anatomia do Acarajé” expressa a regionalidade da comida ao fazer referência à “comida baiana”:

[...] quando falo aqui de cozinha baiana, quero dizer o que toda a gente igualmente entende por isso, na área dialetal de Salvador e do Recôncavo Baiano e, por extensão e difusão, nas outras regiões do Brasil: uma cozinha marcada, em grande parte, pelo azeite de dendê e pelas pimentas. Portanto uma cozinha icônica, como diriam os estruturalistas, identificadas pelas cores fortes e pelo cheiro do azeite e dos outros condimentos. (LIMA, 2010)

O autor relata que a habilidade de resistir ao domínio cultural da alimentação, está presente na Cozinha Brasileira e pode ser compreendida desde a cozinha encontrada pelos colonizadores: a cozinha do indígena brasileiro; as mudanças adaptativas da cozinha portuguesa do século XVI e seu processo no Brasil, com o aporte crescente de técnicas e ingredientes africanos trazidos, na gradação política de quase quatrocentos anos de escravidão (LIMA, 2010). Assim, entende-se que a qualquer época, preparações, como a citada pelo autor, apesar de sofrerem transformações, são consideradas marco de identidade e resistência à referida dominação cultural do período, frente aos da dominação alimentar.

Os nichos marcados por sua identidade alimentar mantêm relações próprias na qual a comunicação se dá com características bem definidas e inevitavelmente expressadas. Ao pensar em uma comensalidade que “fala”, que se comunica, Fernandes (1997, p. 8) expõe que, a mesma, “desde que constitua no interior da sociedade, um sistema de comunicação formado na base da intersubjetividade, situa-se num campo de inter-relacionamentos”. Em relação a isso, Valente (2002) afirma que o ato de alimentar-se é para o ser humano, um ato ligado à sua cultura, à sua família, aos seus amigos e a festividades coletivas. Para o autor, “ao alimentar-

se junto de amigos, de sua família, comendo pratos característicos de sua infância, de sua cultura, o indivíduo se renova em outros níveis além do físico, fortalecendo sua saúde física e mental e também sua dignidade humana” (VALENTE, 2002, p.2). A comensalidade, neste caso, assume papel de mantenedora da estrutura humana em sua essência, viabilizando a sensação de pertencimento ao mundo social.

Ao falar desses inter-relacionamentos, Fernandes (1997) diz que estas interações, encontram explicações amplas na sociedade e as diferenciações sociais definem os espaços onde se forma a diversidade dos modos de vida e se organizam as identidades sociais. Nesse sentido, Canesqui relata que:

A experiência, as informações, o gosto, a imagem, entre outros elementos, conjugam-se para construir representações sociais, móveis, cambiáveis para adequar-se a situações, para fornecer explicações causais, constituindo-se, dessa forma, num arcabouço flexível que orienta o comportamento alimentar. (CANESQUI, 2005, p. 222)

Assim, “desde que o indivíduo se sente forçado a confrontar-se com a vida, tem a necessidade de encontrar um projeto que assuma e o impeça de cair na exclusão” (FERNANDES, 1997, p. 8). O mesmo tende, então, a projetar-se na sociedade de forma a perpetuar a sua preservação naquele meio.

Influenciando sobre este contexto, Gallian (2007) afirma que comer, além de se constituir uma necessidade de sobrevivência, apresenta-se agora também, fundamentalmente, como um grande negócio, um hábito capaz de gerar milhões de dividendos. Contreras (2005) ainda afirma que a autenticidade, a tradição, as raízes são amplamente manipuladas em uma época na qual o mercado e a comunicação dominam a dinâmica social. O que se entende desse processo é que com a homogeneização da alimentação abriram-se várias vertentes para comercialização de produtos e, por vezes, ênfases dadas a algumas afirmativas podem ser utilizadas, oportunamente, a serviço do mercado.

Fischler e Masson (2010) em seu livro intitulado “Comer: a alimentação de franceses, outros europeus e americanos” consideraram haver um questionamento generalizado sobre a alimentação contemporânea desde os anos 1970. Para os autores, por mais que no mundo se tenha o que nomeou de heteronomia, associada à tradição e ao partilhamento comensal, expressados mais pelos franceses, mesmo nesses ambientes, está também presente o questionamento trazido pela autonomia

através da escolha individual e racional, mais identificada com os americanos. O mundo sofre influências de ambos os questionamentos. Sobre este aspecto mencionado pelos autores recaem também as considerações sobre os crescentes rumores incriminando os alimentos da indústria e a crescente desconfiança sobre os produtos entre os franceses, enquanto já se falava nos Estados Unidos da América na evolução dos ritmos da ingestão alimentar.

Em concordância com o dito por Fischler e Masson (2010), um dos questionamentos dessa pesquisa parte do que Santos (2006) afirma sobre o comer no mundo contemporâneo, uma vez que a postura adotada pelos sujeitos corrobora para esta comensalidade. Para a autora “comer é um objeto de decisão cotidiana” diante da “transformação do controle social sobre a alimentação que libera os indivíduos das amarras da tradição - no que tange aos ritos, tempos específicos e as parcerias familiares que envolvem o comer, implicando em uma suposta liberdade” (SANTOS, 2006, p. 23).

Este poder de decisão pode ser observado na reflexão de Montanari (2008) quando escreve que comida é cultura quando consumida, porque o homem, embora podendo comer de tudo, ou talvez justamente por isso, na verdade não come qualquer coisa, mas escolhe a própria comida, com critérios ligados tanto as dimensões econômicas e nutricionais quanto aos valores simbólicos de que a própria comida se reveste. Assim, o autor afirma a existência de autonomia do sujeito contemporâneo ao identificar a liberdade através desse potencial de escolha ao mesmo tempo em que relata que a cultura interfere e se faz presente nesse poder de decisão. Arnaiz (2005), ao falar dos paradoxos e tendências dos sistemas alimentares modernos, também sinaliza esse aspecto quando coloca que associado a tais sistemas há incremento de uma individualização alimentar, causada pela crescente ansiedade do comensal contemporâneo, além da criação de novos estilos de vida comuns.

Ademais, Fernandes (1997, p. 3) afirma que “nas sociedades atuais, o homem mais do que refugiar-se na vida privada, [...] procura sobretudo ser ele mesmo, na sua plena autonomia”. Para o autor, isso acontece porque nos dias atuais a realização pessoal está em primeira instância, ou seja, é objeto central da existência, sendo, portanto, o que determina a mudança de ótica em relação às ações do passado. Contreras (2005), também sinaliza uma transformação quando afirma que a individualização crescente dos modos de vida, consequência da

homogeneização alimentar trazida pela sociedade urbano-industrial, comporta certa desritualização das refeições, uma vez que, para o autor, esta sociedade “secularizou”, “desnaturalizou” e “desecologizou” as manifestações da vida coletiva.

Com a industrialização, a globalização e conseqüente homogeneização, o homem perdeu a referência das representações alimentares causando certa desestruturação dos sistemas normativos e dos controles sociais tradicionais que regiam as práticas e representações alimentares (FISCHLER, 1995). Nessa perspectiva, Contreras (2005) ainda afirma que os desenvolvimentos recentes da tecnologia ou da indústria alimentar perturbaram a dupla função de identidade do sujeito, ou seja, com a perda das representações alimentares, se perde a identidade.

Giddens (1991, p. 73) coloca que nas culturas pré-modernas havia uma importância excessiva na confiança localizada, influenciadas pelas “relações de parentesco”, “comunidade local” e as “cosmologias religiosas”. Na moderna, vêem-se as relações de confiança com “sistemas abstratos desencaixados”. Para o autor “em condições de modernidade, uma quantidade cada vez maior de pessoas vive em circunstâncias nas quais instituições desencaixadas, ligando práticas locais a relações sociais globalizadas, organizam os aspectos principais da vida cotidiana”. Esta ambígua confiança é, portanto, consequência das relações pessoais como meios de estabilizar laços sociais e na “fé” que sujeitos possuem em sistemas abstratos. Consonante com o dito pelo autor, Fernandes (1997) afirma que as instituições são, cada vez menos, a referência principal da ação humana. A influência da família, da escola ou da vida social, em geral, dá lugar a experiência pessoal, passando o indivíduo a buscar um tipo novo de comunicação consigo e com os outros. Por outro lado, o comportamento autônomo o introduz também em um “labirinto onde a liberdade vive a mistura com constrangimentos insuperáveis e as inquietudes crescem a um ritmo superior das situações” (FERNANDES, 1997, p. 9), o que parece o permitir viver em uma dualidade constante.

### **3. CAPÍTULO II - O CAMINHO METODOLÓGICO**

O objetivo geral de compreender o comer popular sob a égide da alimentação saudável em um mercado popular do Recôncavo da Bahia sinalizou, previamente, o curso metodológico pelo qual se desenvolveu este trabalho. No presente capítulo buscamos descrever os caminhos percorridos junto à fundamentação metodológica em busca do objeto. Inicialmente, trataremos das escolhas e aproximações com tal fundamentação e, em seguida, faremos a descrição mais específica do universo empírico e seus sujeitos com breve apontamento para as adversidades do encaixo.

#### **3.1. A APROXIMAÇÃO COM FUNDAMENTAÇÃO METODOLÓGICA**

Adotou-se o método qualitativo de investigação, uma vez que o objeto em questão – o comer popular sob a égide da alimentação saudável - sinalizou para tal necessidade investigativa. Esta, em consonância com Minayo (2008), é essencialmente descritiva e o interesse primordial está no processo, no sentido e significações atribuídas e no entendimento encontrado.

Através da abordagem sócio-antropológica, a pesquisa teve seus alicerces nas bases que fundamentam a etnografia para o seu desenvolvimento. Apoiando-se, para isso, em Geertz (1989, p. 15), o qual afirma que “praticar a etnografia vai além das técnicas e dos processos determinados como estabelecer relações, selecionar informante, transcrever textos, levantar genealogias, mapear campos, manter um diário”. Para o autor, o que define essa metodologia “é o tipo de esforço intelectual que ele representa: um risco elaborado para a descrição densa”.

Ainda sobre seus alicerces, Laplatine (2005) o define como uma relação entre os objetos, os seres humanos, as situações e as sensações provocadas no próprio pesquisador. Sua descrição é a elaboração linguística de tal observação e não é inocente, pois pressupõe uma teoria e encontra-se no ato daquele que questiona o sentido daquilo que observa, o pesquisador.

Sendo fruto do Projeto “CORPORALIDADES, COMENSALIDADES E ALIMENTAÇÃO SAUDÁVEL NA BAHIA: um estudo sobre as práticas corporais e alimentares em camadas populares sob a ótica da promoção da alimentação

saudável”, esta investigação está vinculada a Escola de Nutrição da Universidade Federal da Bahia – ENUFBA e submetida às diretrizes aprovadas pelo Comitê de Ética de Pesquisa em Nutrição sob o Parecer nº 07/10.

### **3.1.1. A CONSTRUÇÃO DOS DADOS**

Para que fosse descrito o universo empírico, identificado seus sujeitos, a comida presente no cotidiano alimentar destes e suas formas de sociabilidade em torno do comer no mercado, utilizou-se como técnica para a produção de dados a Observação Participante. Esta se relaciona com a interação entre o etnólogo e o nativo na realização de uma etnografia (OLIVEIRA, 2006). Neste caso, o pesquisador encara um papel que talvez não seja tão perfeitamente digerível como colocado por Oliveira (2006), mas que, de fato, sofre a aceitação pelos membros dessa sociedade entendendo que é um interferente neste meio. Assim, pode-se dizer que a interação existente na Observação Participante é estabelecida, na mínima estância, pela simples presença do pesquisador no campo, considerando que o mesmo, nesta circunstância, já interage com a rede de comunicação ali existente.

Para Westphal *et al* (2011), esta técnica objetiva gerar conhecimento sobre a vida humana, sedimentada na realidade cotidiana. Para Turato (2003) o ideal, deste método é que se permita a manifestação do objeto, que pode ser uma pessoa, um grupo, um informante, uma religião, uma representação cultural, um fato social dentre outros. Deste modo, a observação aconteceu entre abril e outubro de 2011, sendo estruturada em oito permanências em campo, totalizando vinte e oito dias de observação com produção de vinte e sete diários de campo.

A construção do diário de campo foi de extrema importância, uma vez que este dita a forma do estudo, sendo um instrumento que contribui para a análise do objeto da investigação por concentrar notas e impressões sobre falas, comportamentos e relações (MINAYO, 2008). Foi escrito como fundamentado, logo após a ida a campo a fim de não se perder, pela memória, as observações. Entretanto, motivada pela emergência dos acontecimentos, alguns foram escritos concomitante a presença do pesquisador em campo. O roteiro para a referida observação está no item APÊNDICE I dessa dissertação.

Algumas decisões partiram do campo. Assim ocorreu com a escolha dos espaços de comensalidade. A diversidade de informações – visual, olfativa, sonora – sentidas constantemente no cotidiano da feira e a dinâmica acelerada dos acontecimentos, assim como a variedade dos espaços “feitos para comer e comercializar alimentos” motivou que de forma mais focada fosse realizada a observação. O trecho abaixo relaciona os espaços identificados:

Os bares externos e alguns internos no térreo (Salgados e Petiscos), bares do mercado (andar de cima), barracas de acarajé e barraca de mingau (na entrada do mercado), restaurantes-barracas da feira (apenas em dia de feira), restaurantes do mercado (térreo) e restaurantes do mercado (andar de cima). O mercado todo é um espaço de comensalidade, pois creio que os feirantes, em sua maioria almoçam nas próprias barracas. O andar de cima tem um espaço mais reservado. Vi comensais jovens, em suas mesas, assim como a presença de alguns casais. (Diário de campo)

De dois desses espaços, seis restaurantes foram escolhidos por neles serem identificados com maior prevalência o objeto da pesquisa. São eles: os restaurantes do mercado (térreo) e restaurantes-barracas da feira (apenas em dias de feira). Entretanto, apenas o total de cinco foram observados, três da parte interna do mercado e dois restaurantes-barracas da feira. Assim aconteceu porque essas barracas funcionavam em dias alternados, algumas se restringindo apenas aos sábados, dificultando a permanência do observador no dia em que mais se come em todos os espaços de comensalidade.

A entrevista semi-estruturada foi utilizada como segunda técnica de produção de dados onde mais se debruçou a análise do Capítulo III desta dissertação, no qual se concentram os resultados apresentados em forma de artigo. Foi escolhida com o objetivo focado na compreensão dos sentidos atribuídos à comida popular pelos consumidores e comerciantes do mercado, considerando a perspectiva do discurso do saudável. Esta combina questões pré-estabelecidas e abertas, o que possibilita ao entrevistado discorrer sobre o assunto proposto, sem se prender à indagação formulada (MINAYO, 2008) e favorece ao objetivo proposto permitindo que se desenvolva um diálogo durante a entrevista, afastando a possibilidade de uma relação pesquisador/informante, colocada por Oliveira (2006), a qual desempenha

uma função empobrecedora do ato cognitivo uma vez que as perguntas feitas em busca de respostas pontuais criam um campo ilusório de interação.

As entrevistas foram realizadas no período de julho a setembro de 2012, com base em um roteiro previamente construído (APÊNDICE II). Foram realizadas o total de doze entrevistas, sendo quatro com comerciantes e oito com consumidores. A dinâmica desses espaços influenciou nesse processo assim como a disponibilidade e aceitação do Termo de Consentimento Livre e Esclarecido.

Na escolha dos entrevistados considerou-se a frequência de consumo, ou seja, os comensais populares foram selecionados quanto consumidores habituais das comidas populares, independente do valor numérico dessa frequência. De outra maneira, por entender que os comerciantes estão envolvidos em tal comensalidade, tanto no que se refere ao consumo, como na dominação do “saber fazer”, esses foram também entrevistados. O critério de escolha foi estabelecido pela seleção dos restaurantes dentro dos espaços de comensalidade. Assim, os primeiros foram frequentadores, consumidores habituais dos estabelecimentos dos segundos sujeitos. Os diferentes espaços de comensalidade influenciaram nessa escolha assim como a disponibilidade e aceitação do termo de consentimento.

Os entrevistados eram naturais da cidade de Cachoeira, alguns de Itaperoá, Feira de Santana, Maragogipe e Gravatá. O grupo de consumidores da comida era formado por feirantes, trabalhadores das proximidades, como taxista, motorista de transporte coletivo e comerciante de alimentos. Foram duas mulheres e seis homens cuja idade variava entre 36 e 48 anos e escolaridade entre 4ª série a 2º grau completo. O grupo de comerciantes apresentou idade entre 24 e 57 anos e escolaridade entre 8ª série a 2º grau completo. Era formado por quatro mulheres confirmando que a prática do fazer comida popular, nesses ambientes, ainda é ofício hegemonicamente feminino, diferentemente do que ocorre com os consumidores que há uma predominância do público masculino.

De forma complementar, foi desenvolvido o subprojeto de fotografias (ANEXO III) junto aos estudantes que integram o Programa de Educação Tutorial da Escola de Nutrição-UFBA (PET - Nutrição). Este tinha o objetivo de registrar e interpretar a comensalidade baiana e seus espaços no mercado municipal da cidade de Cachoeira – Bahia. Loizos (2007, p. 137) considera que “a imagem, seja ela com som ou não, oferece um registro restrito, mas poderoso das ações temporais e dos acontecimentos reais” e que “apesar das pesquisas sociais estarem tipicamente a

serviço de complexas questões teóricas abstratas, esta pode empregar como dados primários a informação visual”. Apesar de ainda não concluído o projeto através da exposição, os alunos da graduação envolvidos com o programa foram a campo fazer o registro, sendo este material empírico, em acordo com Loizos (2007), utilizado no presente trabalho, além de se ter perspectiva de futuras análises.

### **3.1.2. A IMERSÃO NO CONSTRUÍDO – A ANÁLISE**

Através dos dados empíricos construídos a partir das entrevistas semi-estruturadas e da observação do universo empírico transcrita nos diários de campo, seguimos rumo à análise. Este mergulho configurou desafio intelectual importante, tanto por conta do vasto conteúdo de campo produzido, como principalmente, pelas dimensões teóricas da pesquisa, cujo refúgio se dá o campo sócio-antropológico e da saúde. Assim, diante do mar de símbolos e significados na intercessão de tais fundamentações, focar no objetivo do trabalho provocou diversas “idas e vindas” na construção e reconstrução da interpretação.

Considerando os modos heterodoxos de se pensar a Alimentação Saudável, a análise de discurso foi o método pelo qual os dados foram interpretados. Para Gill (2000), a análise de discurso converge na rejeição da noção realista de que a linguagem é simplesmente um meio neutro de se refletir, ou descrever o mundo, e uma convicção da importância central do discurso na construção da vida social. Assim, o que se pretendeu através dessa análise foi buscar os sentidos atribuídos ao comer popular no que tange à alimentação saudável através dos seus discursos.

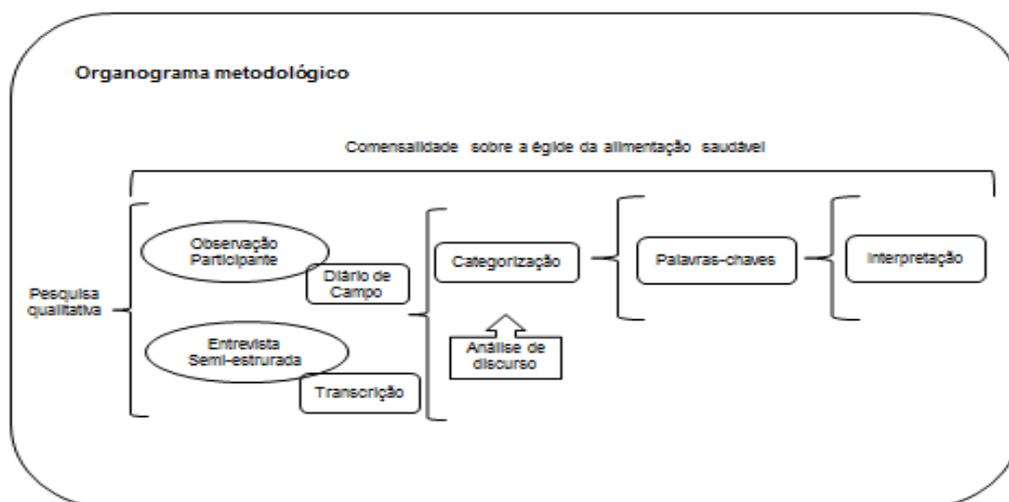
Sobre a análise da cultura, Geertz (1989) afirma que a mesma é:

[...] uma adivinhação dos significados, uma avaliação das conjeturas, um traçar de conclusões exploratórias a partir de melhores conjeturas, não se restringindo a descoberta do Contingente de Significados e o mapeamento de sua paisagem incorpórea. (GEERTZ, 1989, p. 30)

Para o autor a descrição etnográfica tem característica “interpretativa”, interpreta “o fluxo do discurso social” e interpretação tenta salvar o “dito”, aqui entendido como o discurso do sujeito, em um “tal discurso da sua possibilidade de

extinguir-se e fixá-lo em formas pesquisáveis”. Dessa forma, o pesquisador observa, descreve e ao descrever interpreta o sentido do discurso no intuito de dar forma ao conteúdo observado (GEERTZ, 1989, p. 30). Assim, a análise de texto, em sua essência, “implica na imersão do próprio pesquisador no *corpus* texto” no processo “de ler e reler” (GASKELL, 2000, p. 85).

Segundo Minayo (2008), o objetivo básico da análise do discurso é realizar uma reflexão geral sobre as condições de produção e apreensão da significação dos textos produzidos nos mais diferentes campos. Para esta autora a análise de discurso visa compreender o modo de funcionamento, os princípios de organização e as formas de produção social do sentido. Nessa direção, foram adotados os procedimentos sugeridos por Jovchelovitch e Bauer (2007), nos quais, após obter os diários de campo, transcrever as entrevistas, ocorreu um procedimento gradual de redução do texto qualitativo, como mostrado no organograma abaixo:



**Figura 1** – Organograma metodológico

Primeiramente as passagens inteiras ou parágrafos, foram parafraseados em sentenças sintéticas, depois em palavras chaves. Daí criou-se um sistema de categorias. *A priori* foram identificadas as categorias de cada entrevista, posteriormente, ordenadas em um sistema coerente para todo o universo formando, finalmente, um sistema final de categorização cujo produto foi a interpretação das

entrevistas e diários juntando estruturas de relevância dos informantes com as do entrevistador.

Geertz (1989) afirma que no estudo da cultura, os significados não são sintomas, mas atos simbólicos ou conjuntos de atos simbólicos cujo objetivo é a análise do discurso social. Para o autor, a teoria é usada para investigar a importância não aparente das coisas. Os estudos constroem-se sobre outros no sentido de que, melhor informados e melhor contextualizados, eles mergulham mais profundamente nas mesmas coisas. Desta forma, a interpretação se deu triangulando os dados construídos através do diálogo entre o pesquisador, o sujeito, e a teoria.

### **3.2. A APROXIMAÇÃO COM UNIVERSO EMPÍRICO - A DESCRIÇÃO**

O desenvolvimento desta pesquisa ocorreu no Mercado Municipal da cidade de Cachoeira pertencente à região do Recôncavo Baiano. Essa escolha se deu, principalmente, por considerar a densidade da cultura tradicional que tem ressonância nos modos de comer, ao mesmo tempo em que são concebidas as novas ideias sobre alimentação saudável. Nas próximas páginas serão descritos o universo investigativo onde se desenvolveu esta pesquisa e os sujeitos que interagem nele e com o objeto.

#### **3.2.1. A CIDADE RETRATO DO RECÔNCAVO-BRASIL**

A História do Recôncavo Baiano se confunde com a própria história do Brasil Colônia, já que essa região que se desenvolveu em torno dos interesses da metrópole e teve fundamental papel no processo de independência do país. Sua ocupação surge a partir da sessão em regime de sesmaria das terras entre as barras dos rios Paraguaçu e Jaguaripe ao armador-mor do Rei de Portugal D'Álvaro da Costa. Inicialmente utilizada para a pecuária, suas vilas surgiam sempre à margem de rios ou da Baía de Todos os Santos, sempre em posições estratégicas de acesso em relação ao principal meio de locomoção e para se defender das constantes investidas dos índios e de inimigos externos. (CHAGAS, 2008, p. 14)

Se a história do Recôncavo Baiano se confunde com a história do Brasil como mencionado por Chagas (2008) no trecho acima, a cidade de Cachoeira, localizada nesta região é o próprio retrato do Recôncavo-Brasil. Cachoeira foi região de maior relevância para a economia da Capitania da Bahia, nos três primeiros séculos da história luso-afro-ameríndio e, por esta razão, possui hoje uma marca colonial muito expressiva. Marcas que são contadas pela sua arquitetura (Figuras 2 e 3), religiosidade, comidas, ritmos e festividades. Situa-se na Baía de Todos os Santos, às Margens do Rio Paraguaçu, na parte côncava, recuada e entrecortada por rios (BARBOSA, 2011). Daí o nome, Recôncavo, o que está por trás do côncavo, como pode ser visto no mapa abaixo (ampliado no ANEXO):



**Figura 2** – Mapa do Recôncavo baiano - Fonte: SEI. Disponível em: <http://www.sei.ba.gov.br>

Há 110 km da cidade de Salvador conta com uma extensão territorial de 403 km<sup>2</sup>. Limita-se, ao Norte, com o Município de Conceição de Feira; ao Sul, com Maragogipe; a Leste, com o Município de Santo Amaro; e Oeste, com São Félix (DIAS, 2011). Já foi Freguesia de Nossa Senhora do Rosário (1674), a segunda vila

a ser instalada intitulada como Vila de Nossa Senhora do Rosário Cachoeira do Porto de Cachoeira do Paraguaçu (1698), colonizada pelas famílias Dias Adorno e Rodrigues Martins e finalmente elevada à cidade através da Resolução Provincial em 29/01/1698 (BARBOSA, 2011).



**Figura 3** - Fotografia da arquitetura colonial de Cachoeira – Fonte: PET- Nutrição.



**Figura 4** - Fotografia da arquitetura colonial de Cachoeira Fonte: PET- Nutrição.

As fotografias visualizadas, assim como o relato das primeiras impressões da cidade de Cachoeira, expressam o impacto visual ainda marcado pelo Brasil Colônia que a cidade de Cachoeira oferece.

No dia 13/04, uma sexta feira 13, da janela do meu apartamento tive a primeira visão oficial da cidade. Uma visão com o olhar mais apurado do que as rápidas visitas turísticas feitas anteriormente. Vi casas antigas no estilo colonial e do outro lado, abaixo de um monte alto, creio que na cidade de São Félix e também em bairros mais recentes de Cachoeira, vi algumas casas com estrutura atuais. (Diário de campo)

Apesar de não ter adentrado às casas, registrando apenas pelo olhar ao passar pela frente das mesmas percebi que, no interior das mais antigas, os corredores são longos para depois chegar à sala de estar. Essa estrutura lembrou-me a casa de meu avô, filho de portugueses, nas margens do Rio Subaé, em Santo Amaro da Purificação, cidade próxima a Cachoeira. Lembrou-me, ainda, a estrutura das casas e até mesmo de alguns apartamentos da Cidade do Porto-Portugal, onde estive em intercâmbio cultural em 2006. É similar também à cidade de Santo Amaro a presença de igrejas católicas em muitos pontos da cidade. (Diário de campo)

Além de “marcada por sua arquitetura colonial Cachoeira tem herança étnica diversa, oriundas principalmente de Portugal, variadas nações africanas e indígenas além de ser considerada berço da Independência do Brasil” (SILVA, 2009, p. 60). A exploração inicial do solo massapê pela economia de cana-de-açúcar, com a utilização em larga escala de mão-de-obra escravizada indígena e africana, deu vigor, a colonização (SANTOS, 2009).

Revivei, terra heróica e fremente!  
Que com sangue, denodo e vanglória,  
Escrevestes teu nome eloquente  
Nos anais de ouro supremo da história.  
Exaltemos nossa terra, sempre forte e varonil.  
Legionária de uma guerra que engrandecera o Brasil.  
(Hino de Cachoeira)

Em suas ruas, Cachoeira exhibe, orgulhosamente, monumentos que expressam a luta “Legionária de uma guerra que engrandecerá o Brasil” (trecho do hino de Cachoeira) e basta andar pela cidade para perceber sua arquitetura colonial preservada. A clara relação que a cidade tem com a Independência do Brasil pode ser vista ainda nas obras artísticas, monumentos, e museus, os quais registram sua história. Hoje muitos desses registros fazem parte do Conjunto Arquitetônico e Paisagístico, convertido em Monumento Nacional pelo Decreto 68.045, de 18/01/1971 (BRASIL, 2011).



**Figura 5** – Fotografia da reprodução do Primeiro Passo para a Independência – óleo sobre tela de Antônio Parreiras – Tirada por Juliede Alves (NEPAC)

Dentre outras, um exemplo da vivência diária dos cachoeiranos com as obras da Independência é a reprodução do Primeiro Passo para a Independência – óleo sobre tela de Antônio Parreiras – atualmente exposto no Palácio Rio Branco em Salvador-BA. Esta reprodução está localizada no fundo do posto de gasolina da cidade, local de fluxo de pessoas.

No século XVIII, a cidade experimentou um grau de desenvolvimento econômico significativo, pois Cachoeira cumpria o papel de centro urbano exercendo a função de “nó central” da Rede de Comércio do Estado da Bahia. Essa desempenhava papel importante na economia baiana, atuando como entreposto comercial, fazendo as ligações entre as regiões situadas entre o Sertão e a cidade de Salvador (DIAS, 2011). Teve importância econômica na produção de cana-de-açúcar, uma vez que seu território era considerado propício à formação de engenhos para o cultivo da mesma e foi grande produtora de tabaco chegando a ter cerca de 8000 lavradores em 1788 (MATTOSO, 2004).

Dias (2011) e Marques (2008) apontam para o declínio econômico desse opulento centro urbano. A abolição da escravatura, o fim do império, as mudanças no mercado para a exportação do fumo e do açúcar, depois a construções das rodovias e o fechamento dos principais armazéns foram fatores que favoreceram a lenta decadência da cidade, embora esta mantivesse o prestígio intelectual, político e cultural até meados do século XX (MARQUES, 2008). Segundo o autor, atualmente, a população cachoeirana, predominantemente afrodescendente, vive

em sua maior parte na zona rural e depende da agricultura, da pesca e do comércio de produtos da sede para sobreviver. Na zona urbana, existe um pequeno comércio ativo, marcadamente impulsionado pela feira livre.

Cachoeira possui uma população de 32.026, sendo 16.387 da zona urbana e 15.639 da zona rural (Brasil, 2010) e vive atualmente, segundo Dias (2011), uma intensa reorganização do espaço urbano. O Estado tem um forte papel nisso, pois procura desenvolver ações que amenizam a estagnação econômica sofrida pela cidade. Somado a isso se tem a valorização do turismo local e chegada da UFRB, a qual abriga o Centro de Artes, Humanidades e Letras contribuindo com a valorização histórica e cultural do município. Para Dias (2011), a chegada da Universidade cumpre a função de requalificação socioeconômica, reorganiza e reordena a dinâmica do espaço urbano, proporcionando um fluxo maior de pessoas e consequentemente um aumento na circulação de capital, de mercadoria e de serviço público. Os turistas, estudantes e pesquisadores que se dirigem atualmente a esta cidade, buscam as suas peculiaridades: seu sítio arquitetônico, seus casarios e sobrados, suas comidas, seus ritmos, suas festividades, sua religiosidade, enfim, seu imensurável patrimônio cultural.

[...] a cidade situa-se entre o moderno e o tradicional. Aos meus olhos, parece fazer esforço para permanecer tradicional, numa intensa busca de perpetuação do seu patrimônio histórico. (Diário de campo)

Este trecho, acima citado, expressa o processo de patrimonialização vivida pela cidade. Além do Conjunto Arquitetônico e Paisagístico, o município possui 31 bens individualmente tombados, número superior ao acervo protegido de vários Estados da Federação (BRASIL, 2011). Contreras (2005, p. 130), o qual afirma que converter o que é próprio em patrimônio “permite que um coletivo determinado possa continuar vivo – de um lado, idêntico a si próprio e, de outro, distintos demais”. Demonstra, portanto, a presença do tradicional e do contemporâneo da sua herança cultural. Concomitantemente, a cidade tem um programa de festividades anual intenso constituída, dentre outros, pela Festa de Nossa Senhora da Boa Morte e a Festa da Juda além de contar com vários eventos culturais importantes como a Festa Literária Internacional de Cachoeira - FLICA - e o Terceiro Encontro Baiano de Estudos em Cultura – III EBECULT.

### **3.2.2. O LOCAL DE ENCONTROS E DE COMER: O MERCADO MUNICIPAL DE CACHOEIRA**

Contreras (2005, p. 131), ao citar exemplos do processo de homogeneização, escreve sobre os mercados do passado, os quais tiveram uma “função integradora em determinados espaços, configurando redes de pessoas, atividades, relações de trocas diversas” numa comparação com os mercados atuais que aparecem como pontos que relacionam pessoas de diferentes lugares. Entretanto, esses espaços do passado, apesar de sofrer influências, ainda sobrevivem. Alguns deles são as Feiras Livres da cidade de Salvador e do Recôncavo Baiano, as quais fazem parte do projeto ao qual pertence este estudo por serem, principalmente, como já citados, ainda espaços importantes de comensalidade popular.

A pesquisa foi circunscrita ao Mercado Municipal, uma vez que os mercados municipais populares se configuram como lugares nos quais as memórias alimentares se preservam e onde se encontram a culinária dita popular baiana. Considera-se ainda que no comer popular do Recôncavo Baiano, incluindo Salvador, estão enraizadas as formas mais tradicionais da comensalidade da Bahia, influenciadas historicamente por um Brasil colonial. “O que se chama de culinária baiana é uma espécie de “soma” do comer soteropolitano e do Recôncavo Baiano, o polo urbano e rural, respectivamente, do Brasil colonial” (SANTOS, 2008, p. 248) afirma que. Em outra perspectiva, pode-se dizer que o polo rural e o polo urbano se mesclam histórica e culturalmente e a partir dessa intercepção pode-se compreender o comer baiano influenciado pelos variados elementos que compõem a identidade da Cidade de Cachoeira, mencionados anteriormente.

Atualmente, a estrutura amarela e azul fundada em 1971 e rodeada por lonas pretas e alaranjadas fica logo após a entrada da cidade e representa parte importante dinâmica do comércio, principalmente no que tange os gêneros alimentícios. O mercado Municipal de Cachoeira está exatamente no centro comercial da cidade e é circunscrito pela feira livre formando um único complexo supervisionado pela Prefeitura da cidade, o qual denominamos aqui de Grande Mercado (Figura 6 e 7). Vê-se, portanto, organizada tanto pela presença da estrutura

do Mercado, como pela disposição das barracas na feira, também fiscalizadas pela prefeitura, cujas características seguem nos trechos abaixo:

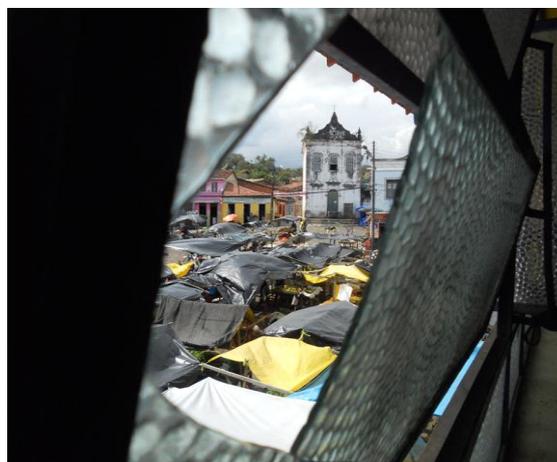
Em frente à estrutura do Mercado Municipal estão devidamente padronizadas, as barracas com produtos da terra, como queijo, doces e mingaus. Ainda na frente estão as barracas de roupas, à esquerda, as barracas de legumes, algumas de materiais de limpeza, uma de carne defumada e mais acima o senhor vendia frango vivo. Atrás do Mercado estão as barracas com produtos cárneos (bucho, bode, mocotó, carne) e do lado direito, no outro lado da rua, como se fosse um anexo ao Mercado, fica a área de peixes. (Diário de campo)

Do lado direito, até o fundo, os estrados de cerâmica onde ficavam as farinhas, e alguns vendedores de cereais. Ainda do lado direito, mais a frente do Mercado, os restaurantes. Mais ao lado, encostados na parede, tinham minimercarias, casa de carne salgada e botecos. Na parte de cima do mercado, ao fundo, tem pequenas lojas distribuídas como se fosse um pequeno shopping. Daí para frente tem bares e restaurantes. (Diário de campo)

O mercado de Cachoeira foi escolhido porque a cidade foi o berço do Brasil colonial tendo, portanto, variadas influências étnicas e histórico-culturais do período além de ser ponto de mercado no século XVIII o que conseqüentemente influenciou na sua culinária, na sua forma de comer. Além disso, Cachoeira, segundo Dias (2010), por conta da construção das linhas ferroviárias e rodoviárias passou durante muitos anos por um declínio econômico e urbano, continuando neste estado de inércia por décadas. Isso pode ter lhe conferido a perpetuação das diversas tradições incluindo os costumes alimentares.



**Figura 6** - Fotografia onde se visualiza a intensidade da dinâmica da feira em um dia de feira (sábado) ao fundo do Mercado Municipal de Cachoeira – Fonte: PET- Nutrição.



**Figura 7** - Fotografia da feira visualizada do andar superior do Mercado Municipal de Cachoeira - Fonte: PET- Nutrição.

Os Mercados Municipais, desde muito se caracterizam como lugar de comércio de alimentos e outros produtos de cozinha, mas, sobretudo, é lugar de encontro, de conversas e de comer. Inspirada por Marcel Mauss, Vendana (2008) informa que, a dimensão do mercado como um arranjo social agenciado no tempo, pelas práticas e gestos dos habitantes da cidade coexiste com a dimensão econômica. Estão ali presentes, portanto, as formas capitalistas de troca e financiamento e isso movimenta o capital da cidade.

Quando era classificada como Vila de Nossa Senhora do Rosário do Porto de Cachoeira tinha intensas relações comerciais e intercâmbios culturais, vastas plantações de fumo e cana, mas também era um espaço de produção e distribuição de alimentos, passagem dos diamantes de Mucugê e Rio de Contas, gado, escravos e toda sorte de produtos para as famílias da região (SILVA, 2009).

É importante salientar que durante o desenvolvimento da pesquisa alguns empecilhos existiram em relação à busca de material informativo, tanto sobre a cidade quanto sobre seu Mercado Municipal, o que além de ser contraditório considerando a gama de pesquisas realizadas na cidade, limitou a discussão aqui realizada a sua descrição. A Biblioteca da cidade não possui acervo que possibilite acessar tais informações. O Arquivo acabara de ser mudado de local e os poucos documentos apresentados não revelavam algo sobre o Mercado. Vendana (2008) compartilha a mesma situação em consonância com autores como Ferretti (2000) e Motti (2000) e afirma que os trabalhos que tratam do mercado popular não buscam referências históricas na experiência brasileira. A autora ainda coloca que a centralidade da Igreja pode ter contribuído para a pouca atenção dos estudos sobre os mercados, referentes à colonização e urbanização do Brasil. Considerando que a cidade de Cachoeira é oriunda da segunda Vila do período colonial, é possível que esta perspectiva se aplique.

### 3.2.3. OS FILHOS DO COMER DO MERCADO: OS FILHOS DE CACHOEIRA



**Figura 8** - Fotografia de freguesas consumindo o cozido em um dos restaurantes/barracas da feira, em dia de feira - Fonte: PET- Nutrição.

Minnaert e Freitas (2010, p. 1608) ao estudarem as feiras livres relatam que o “habitual em uma feira livre se constitui como um produto das estruturas objetivas e subjetivas de seus personagens sobre o modo de ser e pensar o seu cotidiano do trabalho, a sua sobrevivência nesse ambiente”. Os feirantes vivem a feira no dia-a-dia como se a mesma fosse inerente a sua própria existência. Para as autoras a relação estabelecida é ontológica com o mundo, a partir das experiências acumuladas do passado e do presente.

Em relação àqueles que frequentam as feiras, Vendana (2008, p. 19) mostra em seu trabalho sobre a duração das práticas cotidianas de mercado de rua no mundo contemporâneo, aspectos de socialização e identidade presentes nas suas relações quando afirma que “fazer feira todos os sábados pela manhã significa muito mais do que abastecer a casa de mantimentos, pois a esta ação corriqueira estão agregados muitos valores e significados”. O trecho abaixo expõe o sentido de pertencimento e sociabilidade através de um senhor cachoeirano, freguês assíduo do mercado.

Afirmou que tinha quebrado o tornozelo ao escorregar no quintal de casa e, por isso, ficou cento e vinte dias sem colocar o pé no chão. Falou como se não aguentasse mais ficar em casa. Segundo Felipa,

há muitos anos que ele tem o hábito de fazer feira. O freguês relatava o que fazia todas as vezes que vinha à feira. Dizia comprar os produtos que a mulher pedia apesar de já saber o que comprar. Depois lembro-me da seguinte afirmativa: “Agora que eu comprei, o resto do dinheiro vou tomar a minha cerveja.” (Diário de campo)

Ir à feira frequentemente “há muitos anos”, seguindo quase o mesmo percurso, faz com que o sujeito acima citado estabeleça relações entre si, o meio, as pessoas e o alimento, dando sentido à rotina da vida, a sua sociabilidade. Esta prática está em consonância com Vendana (2008) ao afirmar que:

Comprar alimentos na feira-livre constitui-se como um momento importante de trocas sociais e de reafirmação de vínculos entre os sujeitos, de evocação da memória destas práticas no contexto da cidade, da afirmação da dimensão simbólica da aquisição de alimentos (VENDANA, 2008, p. 19).

Como ocorre com este freguês, a sociabilidade no mercado acontece também em torno do beber. Nota-se, que apesar de haver consumo da comida popular do mercado por mulheres, como anteriormente mencionado, existe uma comensalidade com o perfil masculino predominante, como pode ser observado nos trechos abaixo:

Da primeira porta, dentro do mercado, encontram-se alguns botecos cheios de homens bebendo. (Diário de campo)

Voltei para o box às 13:35h. Lá estavam nove homens a almoçar. Sua clientela assim como o das outras vendedoras é formada por homens em sua maioria. (Diário de campo)

Disse que o ambiente não era para ele. Por sua fala percebi que gostava mesmo da resenha dos conhecidos, do reencontro quase marcado, da conversa de boteco com os homens do bar. (Diário de campo)

As mulheres, detentoras do saber fazer são proprietárias dos restaurantes, trabalham como feirantes e fazem compras, mas com menor frequência consomem a comida diretamente nos balcões dos restaurantes populares. Segundo Santos (2013, p. 29), “a tradição de autonomia das mulheres que se dedicavam ao pequeno comércio dos mais variados gêneros é algo característico dos rearranjos encontrados no Brasil, e particularmente na Bahia” e está intimamente ligada à ancestralidade afro-brasileira. Assim, apesar de presentes no cotidiano do comércio

de feiras e mercados baianos, as mulheres ocupam espaço diferenciado na dinâmica de consumo das refeições ali vendidas, uma vez que o fazem em local diferenciado dos homens, podendo consumir as mesmas preparações. Por outro lado, haja vista a maior presença masculina nos restaurantes, as mulheres que frequentam a feira para compras, turismo e outros são mais raramente encontradas nesses espaços.

Consonante com tal observação, Contreras e Gracia (2011) colocam que, de maneira generalizada, as mulheres foram etnográfica e historicamente, exceto as da elite, as pessoas responsáveis pela alimentação cotidiana e que essa responsabilidade está relacionada com aquilo que se considera uma atribuição “natural” e “cultural” dos trabalhos domésticos às mulheres. Como consequência disso observa-se a manutenção, ainda que menos presentes na atualidade, das práticas hegemonicamente femininas. Essa prática “natural” e culturalmente doméstica pode ser vista do balcão para dentro dos restaurantes do Mercado, ou barracas-restaurantes da feira, fazendo com que estes espaços funcionem como uma extensão da cozinha de casa.

O consumo realizado, majoritariamente por homens pode ainda ser identificado através da fala transcrita abaixo, na qual Felipa se refere à classe trabalhadora, aos feirantes que da comida do mercado se alimentam. Para a comerciante, as mulheres que trabalham no mercado ficam restritas a sua própria barraca, o que favorece a maior frequência masculina em seu restaurante.

Sempre são homens. As mulheres da roupa levavam. Pegava a comida e comia na barraca pra atender os clientes. Não ficava lá (no restaurante) sentada e os homens arriavam a roupa lá e vão e sentam. (Felipa, comerciante).

Para além da restrição local das mulheres trabalhadoras do mercado, a maior frequência masculina aos restaurantes pode está associada a relação que o indivíduo mantém com o corpo. Bourdieu (2008), ao traçar discussão sobre a distinção masculina afirma que compete aos homens dispor de um maior número de bebidas e de comida, além de alimentos mais fortes condizentes com sua imagem. Afirma ainda, de forma generalizada, que elas, as mulheres, não tem o gosto por alimentos próprios de homem, os quais são considerados nocivos ao serem consumidos em grande quantidade por estas, a exemplo da carne. Assim, o

consumo da comida do mercado famosa, inclusive, pela grande quantidade da carne servida a um custo menor, parece refletir o dito pelo autor, uma vez que apesar de presentes, as mulheres ainda são minoria tanto no comer, como no beber nesse espaço.

A estrofe da música popular brasileira citada abaixo, compostas por também filhos do Recôncavo Baiano, expressa metaforicamente o perfil dos fregueses e freguesas do Grande Mercado de Cachoeira.

Sou água de cachoeira  
Ninguém pode me amarrar  
Piso firme na corrente,  
que caminha para o mar  
Em água de se perder  
eu não me deixo levar.

(Abre Caminho/ Composição: Roque Ferreira, J. Velloso e Marianne de Castro)

O popular associado aqui à água evocada na música pode ser observado no perfil dos sujeitos (APÊNDICE IV) e sua relação com o comer. Ambos caracterizam o gosto, gosto de uma classe popular pertencente ao mercado. Como um produto da prática dos sujeitos, o gosto, movido e sustentado pelo *habitus* ajuda a caracterizar e constrói determinado espaço social. Para Bourdieu (2008) constitui o *habitus*, a capacidade que os agentes possuem de produzir práticas e obras classificáveis, além da capacidade dos mesmos de diferenciar e apreciar essas práticas e seus produtos – o gosto. Para o autor, na relação entre essas duas capacidades que definem o *habitus* é que se constitui o mundo social representado pelos espaços dos estilos de vida. O gosto pela comida do mercado assim como os o perfil dos seus sujeitos representam, então, o estilo de vida dos populares que as consomem e configuram aquele espaço.

Os trechos “amarrar”, “firme”, “que caminha” e “não me deixo levar” da música “Abre Caminho” revelam os sujeitos, consumidores e comerciantes, da cidade de encantos banhada pelo Rio Paraguaçu cuja água, em analogia, também desemboca no mar. São pessoas que nos traços descritos pelo pesquisador são “fortes”, “guerreiras”, “ousadas” e “lutadoras” onde o trabalho é imperante. Pessoas que se “prendem ao gosto” e a “vontade de comer”, além de se mostrarem

“imensamente acolhedoras”. São também pessoas que, por vezes, podem não ter nível de escolaridade elevado, mas decidem “estudar hebraico por conta própria”, do seu jeito, e que ainda seguem variadas religiões dentro de um espaço que é aberto a todos, o Mercado de Cachoeira, na cidade de Cachoeira.

Assim, os perfis dos participantes descritos no APÊNDICE IV colaboram, juntamente com aspectos econômicos e sociais não aprofundados neste trabalho, a caracterizar o ambiente popular do Mercado. O gosto popular pode ser expresso por sua forma de viver, a qual tem como uma das suas expressões o consumo da comida ali vendida. Este consumo pode ser compreendido, pelo sentido de “fartura apreendida desde a infância”, sustento do corpo trabalhador, pelas formas de responder as próprias restrições dietéticas e as impostas pelo perito de saúde, além da associação do seu comer com o saudável presente em “casa”. Nessa perspectiva, veem-se os sujeitos populares envolvidos com o que tece o mundo contemporâneo sobre o comer, a exemplo do que é discutido por autores como Fischler, Contreras, Arnaiz, Azevedo, Maciel, dentre outros, como também envolvidos por suas particularidades.

O gosto pela comida popular é, então, refletido pelo consumo das comidas populares identificadas a partir da resposta a frequente pergunta feita as comerciantes: ‘Qual é o cardápio de hoje?’

[...] peixe, feijão, frango e ensopado de boi. Dia de semana é fraco. (Diário de campo XIII – quarta feira)

[...] era frango, cozido, ensopado de boi e moqueca de marisco. (Diário de campo – quarta feira)

[...] era moqueca de bacalhau, carne defumada frita, ensopado de carne, feijão preto para variar e frango grelhado. (Diário de campo – quinta feira)

[...] maniçoba, ensopado de boi, frango grelhado, calabresa, carne assada. O complemento, arroz e feijão. (Diário de campo – quinta feira)

Conforme dito pela comerciante, “dia de semana é fraco” sendo, provavelmente, mais comum a produção de uma comida que não requer sofisticação

no preparo. Apesar de se encontrar mais raramente, maniçoba<sup>3</sup> e feijoada, nota-se que as comidas do cotidiano, também identificadas por Santos (2012) no Mercado do Peixe em Salvador, são, em Cachoeira, mais consumidas nesses dias devido ao menor movimento do mercado, o que restringe a venda majoritariamente aos trabalhadores das redondezas e aos feirantes. São elas: frango e carne ensopados com ou sem verduras, bife de carne ou frango, carne de boi, porco, frango e calabresa assadas (churrasco), sempre acompanhados de arroz e/ou macarrão, feijão e salada.

A carne de boi ensopada está presente todos os dias no mercado e seu porcionamento normalmente é grande assim como o das outras carnes. A salada se limita a uma vasilha pequena do mesmo tamanho da carne (quando não colocada no prato), porém sem fatura. Fica além do prato principal, ao qual é concentrada toda a atenção, localizado frontalmente e protegido com o corpo e as mãos. Este prato é composto, normalmente, por feijão, arroz, farinha e pimenta condizendo com o relatado pela maioria das comerciantes entrevistadas, as quais revelaram o feijão e a feijoada (Figura 8) como preparações mais solicitadas e consumidas, ficando esta última mais restrita aos dias de feira.

---

<sup>3</sup> Modo-de-fazer maniçoba: De início, disse que colocava tudo que usava no feijão (feijoada) e em seguida, com muita boa vontade, informou que para três bolas de maniçoba cozida (me sugeriu a cozida, já que não tinha a experiência do cozimento) deveria utilizar 1,5kg de carne de boi fresca, 1 pé de porco defumado, 250g de carne de fumeiro, costela de porco defumada, carne de salpresa, 0,5kg de carne de sertão e 250g de toucinho que na verdade era o bacon, pois ela frisou bastante que tudo deveria ser defumado, porque “defumado é bem mais gostoso”. Deveria fazer uso ainda de “temperos normais”, caldo de galinha em tablete e uma cebola rocha (frisou bastante que deveria ser rocha). Para fazer a maniçoba, os temperos deveriam ser socados, bem socados. Em uma panela separada refogaria as carnes e adicionaria os temperos anteriormente socados. Em uma segunda panela deveria desmanchar a gordura, frigar a gordura (bacon), e colocar a cebola rocha picada. Depois deveria adicionar a folha de maniçoba, a água e ferver por 1h. Perguntei sobre o tempo de cozimento. Informou que não precisava esse tempo todo que as pessoas diziam. Uma segunda parte dos “temperos normais” deveria ser batida no liquidificador e assim que a carne estivesse cozida (já desfiando) a adicionaria. Para finalizar, juntaria a maniçoba cozida às carnes e deixaria cozinhar por mais um tempo. (Diário de campo)



**Figura 9** - Fotografia do prato com feijoada vendida em um dos restaurantes do mercado - Fonte: PET-Nutrição.

O que está em consonância com Maciel (2004, p. 8), ao afirmar que “no Brasil, ultrapassando as diferenciações regionais, de classe social ou de origem étnica, há uma combinação alimentar que marca o cotidiano, constituindo-se na comida básica do brasileiro: o “feijão-com-arroz””. Para a autora, de forma geral, o prato da refeição principal do brasileiro constitui-se na mistura de feijão, arroz, carne e salada. Sobre o chamado “feijão”, nota-se ainda segundo trecho abaixo, uma preparação cujos ingredientes são similares à feijoada, diminuído apenas a quantidade.

Curiosamente perguntei a Joana o que colocava no feijão (de quita feira). Esta respondeu: “carne de sertão<sup>4</sup>, de porco, defumada e fresca”. Eu perguntei: - Mas é feijão ou feijoada? Me respondeu: - “É feijão. Esse é mais encorpado. É meeiro”. (Diário de campo)

Perguntei a Felipa sobre o feijão que fazia diariamente. Informou que já vem pronto de casa e ainda que levava todas as carnes de uma feijoada, inclusive o mocotó que por sinal estava em cima da mesa, já cortado, dentro de um saco de mercado azul, esperando ser levado para o carro. (Diário de campo)

Nos espaços de comensalidade do mercado percebe-se também, na medida em que sua dinâmica se intensifica que as preparações passam a ficar mais

---

<sup>4</sup> Também popularmente conhecida como carne seca, charque ou jabá. Segundo Gouveia (2007) é normalmente preparada da parte dianteira do boi. Passa pelo o processo de conservação de salga e possui maior perda de água de constituição em comparação com a carne do sol, pois é utilizada uma maior quantidade de sal para a desidratação, além do maior tempo de exposição ao sol e de preparo, os quais ocasionam uma maior mudança na constituição da carne dando-lhe sabor característico.

elaboradas. Os interlocutores mencionam as quartas, sextas feiras e sábados como dias de feira, mas o sábado é considerado, por unanimidade, o “dia de feira” (Figura 6) por conta do seu maior movimento sendo, portanto, quando essas preparações são mais comercializadas. São as comidas ditas “pesadas”, as quais têm magnitude peculiar pela valorização do gosto dada pelos seus consumidores. Essas preparações estão indicadas nos trechos abaixo e podem, algumas, serem visualizadas pelas Figuras 10, 11, 12 e 13.

[...] bacalhau (moqueca), mocofato<sup>5</sup>, ensopado e feijão de fato. (Diário de campo – sexta feira)

[...] era ensopado de carne, ensopado de frango e bife acebolado. (Diário de campo – sexta)

[...] responderam feijoada e cozido (Diário de campo – sexta feira).

[...] tinha carne frita, frango e feijão. (Diário de campo – sábado)

Ele (o cliente) perguntou o que tinha e em seguida pediu duas feijoadas “caprichadas!”, disse. (Diário de campo – sábado)

Considerando os diferentes dias de observação, percebi que a feijoada e a maniçoba faziam parte do cardápio diferente dos outros dias normais de feira, observados anteriormente. (Diário de campo – sábado)



**Figura 10** - Fotografia do pirão do cozido produzido em um das barracas/restaurantes da feira - Fonte: PET- Nutrição.



**Figura 11** - Fotografia do prato de cozido vendido em uma das barracas/restaurantes da feira - Fonte: PET- Nutrição.

---

<sup>5</sup> Comida elabora com fato (vísceras) do boi, carne de sertão, calabresa e mocotó. As carnes e vísceras após tratadas são temperadas, recheadas no óleo, adicionadas de cheiro verde e cozidas ensopadas para que do caldo se faça o pirão com farinha de mandioca (Fotografia 12 e 13).

O mocotó e o fato<sup>6</sup> se tornam mais presentes nas preparações e a salada pouco aparece, uma vez que o brilho do acompanhamento está mais reservado a farinha e pimenta. Esses dois componentes estão presentes, quase que indispensavelmente na feijoada e mocofato (Figuras 12 e 13) e no caso do fato de porco, no sarapatel<sup>7</sup>. São ainda consideradas pesadas a maniçoba, o cozido (Figuras 10 e 11), a fatada e a típica comida baiana, composta por caruru, vatapá, feijão fradinho acompanhado de xinxim de galinha ou moqueca de peixe, hoje mais raramente produzida no mercado.

O consumo dessas preparações é habitual, apesar de menos frequente, sendo, portanto, sustentado pelos mesmos trabalhadores do mercado que parecem despirem-se da comida do cotidiano, nestes dias, para saborear a comida que ao contrário do dia de semana “fraco” parece deixar os dias de feira “fortes”. São ainda consumidas pelos fregueses que tradicionalmente frequentavam mercado além dos turistas, para os quais são mais direcionados a maniçoba, prato adjetivado como típico da cidade.

---

<sup>6</sup> É o nome dado popularmente, na região em estudo, ao conjunto de vísceras dos animais. Fala-se em fato de porco, de boi e frango. Segundo relato de um dos interlocutores, dono de um box de carnes, o fato utilizado para fazer sarapatel é composto de garganta, bofe ou pulmão, rim, passarinha, tripa fina, tripa grossa, bucho, redém (fica em cima do bucho do porco - segundo Angélica é como se fosse uma gordura), rolinho (carne que fica em cima do fígado), fígado, coração, queixada (preso na língua, nas laterais, mais para o fundo - “papada”, segundo ele).

<sup>7</sup> Modo-de-fazer sarapatel: Angélica explicou a preparação dizendo que cortava as carnes tirando toda a gordura, lavava com água fervente intercalando com o sumo de limão e espremendo. O sumo deve ser coado, pois o bagaço e caroço deixam o gosto amargo. Depois do último sumo de limão, deveria ser lavado com água fria e espremido. Separadamente, o “tempero normal” deveria ser recheado, sem gordura, pois na carne (vísceras) já tinha gordura. Este tempero correspondia ao tomate, cebola, pimentão, alho e sal. Em outra panela colocava o cheiro verde (bastante coentro e um pouco de cebola). Angélica informou que cebolinha e hortelã também faziam parte, mas como pimentão cheirava bastante, só iria colocar o coentro. Depois juntou o cheiro verde com o “tempero normal” e adicionou as vísceras espremendo-as antes de colocar na panela. (Diário de campo)



**Figura 12** - Fotografia da panela com mocofato ainda no tempero em um dos restaurantes do mercado - Fonte: PET- Nutrição.



**Figura 13** - Fotografia do com pirão com mocofato vendido em uma dos restaurantes do mercado - Fonte: PET- Nutrição.

As comidas populares do Mercado de Cachoeira, aqui descritas, serão também discutidas no Capítulo III, a seguir, assim como os sentidos atribuídos.

#### 4. CAPÍTULO III - O ARTIGO

### OS SENTIDOS DO COMER POPULAR SOBRE A ÉGIDE DO SAUDÁVEL: A PERCEPÇÕES DE CONSUMIDORES E COMERCIANTES

Michele Oliveira dos Santos <sup>1</sup>

Ligia Amparo da Silva Santos <sup>2</sup>

Micheli Dantas Soares <sup>3</sup>

<sup>1</sup> Mestranda em Alimentos Nutrição e Saúde pela Escola de Nutrição da Universidade Federal da Bahia (UFBA).

<sup>2</sup> Doutora em Ciências Sociais pela PUC-SP e docente do Programa de Pós Graduação em Alimento, Nutrição e Saúde da Escola de Nutrição da Universidade Federal da Bahia (UFBA).

<sup>3</sup> Doutora em Saúde Coletiva pelo Instituto de Saúde Coletiva da Universidade Federal da Bahia e docente do Centro de Ciências da Saúde da Universidade Federal do Recôncavo da Bahia (UFRB).

#### RESUMO

Considerando os modos heterodoxos associados à alimentação saudável, este artigo objetiva compreender os sentidos do comer popular sob a ótica do saudável no Mercado Municipal de Cachoeira-Ba. Para tal, desenvolveu-se uma abordagem metodológica qualitativa, utilizando entrevistas semiestruturadas como técnica para produção dos dados. Observou-se que o Mercado situa-se na mediação do campo e da cidade, do natural e industrial surgindo como a representação entre a “casa” e a “rua”. O comer popular nesse espaço é reflexo do contexto histórico e da sua própria dinâmica, em comunicação com os sentidos atribuídos ao saudável no mundo contemporâneo. Os sentidos perpassam o campo da experiência, se tornando culturalmente enraizados, e são representados através do consumo da comida “pesada” e do cotidiano, as quais se diferenciam do comer do discurso normativo e “científico”. Ao assumir diferentes sentidos, o comer popular revela o saudável habitando o local onde o controle é estabelecido pela confiança, em uma representação da “casa”.

**PALAVRAS CHAVES:** comer popular, alimentação saudável, feiras e mercados.

## ABSTRACT

Considering the heterodox definitions related to healthy eating, this paper aims to understand the meanings of the popular eating in respect to healthy perspective in Municipal Market of Cachoeira at Bahia. For this, it was developed a qualitative methodological approach based on semi-structured interviews as a technique for data production. It was observed that the Market is in the mediation of the rural-urban (or natural-industrial), appearing as representations of "in-home" and "out-home". The popular eating in this place reflects a historical context and a proper dynamics, in communication with the meanings assigned to the healthy in the contemporaneous world. The meanings permeate the experience field, becoming culturally rooted, and are represented by the consumption of "heavy" and "everyday" foods which differ from the normative and scientific discourse for the definition of eating. By assuming different meanings, the popular eating reveals the healthy inhabiting in a place where the control is established by trust in a representation of the "in-home".

**KEY WORDS:** popular eating, healthy eating, fairs and markets.

## INTRODUÇÃO

Nos dias mais atuais dos mercados populares, a comida e o comer marcam a identidade popular do local, uma vez que o homem se alimenta de acordo com o grupo e a sociedade a que pertence, estabelecendo distinções e marcando fronteiras precisas (MACIEL, 2001) as quais delimitam não só os espaços regionais, mas também as classes sociais, os grupos religiosos e outros com características definidas.

Considerando a cultura como uma teia de significados que o próprio homem tece (GEERTZ, 1989) e o popular, ser próprio do povo (FERREIRA, 2011), o comer e a comida popular esbarram-se nas redes de significações articuladas em forma de símbolos a revelarem o pertencimento aos mercados. Essas redes conferem sentidos ao cotidiano dos sujeitos através dos saberes ali construídos. Estes possuem uma relação ontológica com o mundo, a partir das experiências acumuladas do passado e do presente (FREITAS E MINNAERT, 2010).

O objetivo deste artigo é compreender os sentidos do comer popular sob a ótica do saudável no Mercado Municipal de Cachoeira-Ba. Sua justificativa se respalda na existência de modos heterodoxos de pensar a Alimentação Saudável, os quais influenciam nos sentidos atribuídos ao comer popular dos seus sujeitos,

uma vez que, segundo Romanelli (2006) o ato de alimentar-se é sempre mediado por regras dietéticas, cujas origens e finalidades são múltiplas e são elaboradas a partir de diversas formas de saber, como o conhecimento científico, o senso comum e as religiões.

Diante disso, os modos heterodoxos de pensar a Alimentação Saudável são, neste artigo, compreendidos pela diversidade de conceitos e opiniões que estão relacionados com o tema e que, conseqüentemente, refletem nos variados modos de “agir”, nos variados modos de comer dos sujeitos. Considera-se que esses modos heterodoxos são influenciados por diferentes esferas de conhecimento e experiências cotidianas que conferem amplitude, diversidade e complexidade ao assunto. Tal diversidade pode relacionar-se com “aquilo que é desviado dos princípios doutrinários” (FERREIRA, 2004), ou seja, com o que vem de encontro às formas de pensar ortodoxas, as quais são construídas com base no modelo “científico” e normativo. Principalmente se for considerado os sentidos atribuídos ao comer como uma construção a partir das identidades culturais. É, portanto, uma multiplicidade de fatores que interagem de forma complexa, que culminam nos sentidos atribuídos pelos sujeitos ao comer popular no Mercado.

Sobre as recomendações dietéticas contemporâneas, Santos (2006) afirma que tem, na sua pretensa universalidade, um marco que difere dos decênios que antecedem os finais do século XX e a entrada do século XXI. Para a autora, todos os indivíduos, sem distinção, estão sendo convocados para construir as suas práticas alimentares em prol da saúde. Contudo, considerando os esforços direcionados para conscientização mundial sobre alimentação saudável, Fischler e Masson (2010), afirmam que as ações públicas no campo da alimentação ainda presidem amplamente pautadas numa visão científica onde a sociedade é vista como “coleção de indivíduos-átomos”.

No contexto brasileiro, o arcabouço discursivo das políticas reconhece a valorização da cultura como alicerces para a promoção de práticas alimentares saudáveis. A exemplo, têm-se a Política Nacional de Segurança Alimentar (PNSA), a Política Nacional de Alimentação e Nutrição (PNAN), a Política Nacional de Promoção da Saúde (PNPS), a Estratégia de Promoção da Alimentação Saudável, e o Guia Alimentar da População Brasileira (BRASIL 2011, 2003, 2006, 2007, 2008).

Entretanto, Azevedo et al (2012) identificam na ausência de um consenso para o que se considera uma alimentação saudável, um dos aspectos que ainda

precisa ser contemplado para atingir o objetivo de promover a Alimentação Saudável recomendada pela PNAN junto a PNPS. Esta ausência pode estar primeiramente relacionada com a dimensão das esferas que a influencia. Segundo Santos (2008, p. 270), “as ciências da alimentação e nutrição, assim como as ciências da saúde em geral, tenderam a valorizar parâmetros técnicos e científicos para delinear o que seria o bem-estar nutricional”. Essa tendência, provavelmente rendeu uma compreensão reducionista sobre o assunto.

Em seu estudo sobre riscos, ciência e alimentação saudável, Azevedo (2008) discute a alimentação saudável considerando ainda dois aspectos. Para a autora a ciência produz resultados conflitantes e contraditórios, o que corrobora com a condição de incerteza trazida pela sociedade contemporânea que coloca em uma situação perturbadora não somente os leigos, mas também os especialistas e os cientistas dentro de uma sociedade mais reflexiva e crítica.

Por outro lado, em uma dimensão política e ideológica, a autora afirma que a alimentação, comumente vinculada à promoção de saúde, também se apresenta como um fator de risco e, tanto os riscos alimentares quanto o conceito de dieta saudável mudam em diferentes contextos históricos, a partir de diferentes formas de construção social. Assim, variados conceitos de diferentes épocas podem “problematizar” a compreensão dos novos conceitos.

Vê-se que o conceito de saúde e, por conseguinte, o de Segurança Alimentar e Nutricional (SAN) são complexos e também corroboram para a ausência do consenso dito por Azevedo (2012), apesar de vir agregando valores no decorrer dos tempos, principalmente no que tange o conteúdo cultural, ainda incipiente. Contudo, Azevedo et al (2012) consideram haver um conceito prevalente sobre alimentação saudável na sociedade brasileira. Este é baseado em práticas restritivas e na visão energético-quantitativa. Da mesma forma, segundo as autoras a PNSA inclui uma dimensão cultural e socioambiental, além de admitir seu caráter polissêmico. Este fato ratifica o dissenso explicitado.

Precisa-se, portanto, assumir a inexistência desse consenso assim como a complexidade que ao comer e à alimentação saudável estão atribuídas, uma vez que considerando o dito por Azevedo 2012, as ações públicas promotoras da alimentação saudável são impulsionadas a partir de conceitos diferentes, o que por si só, já parece fornecer um sentido desestabilizador às ações. Esses esforços devem ser direcionados, principalmente, no que se refere à discussão cultural, ainda

muito incipiente. Isso facilitaria um direcionamento mais fundamentado que contemple ações mais fiéis e próximas ao sujeito. Uma das formas de discuti-las é buscando os sentidos articulados na subjetividade a fim de se aproximar dos diversos interferentes que acomete a prática alimentar associada à alimentação saudável.

## **CONSIDERAÇÕES METODOLÓGICAS**

Este artigo é resultado de um sub-projeto de pesquisa cujo título é “Comensalidade e Alimentação Saudável: estudo em um mercado popular de um município da região do Recôncavo da Bahia, Brasil” que integra, por sua vez, um projeto maior intitulado “Corporalidades, comensalidades e alimentação saudável na Bahia: um estudo sobre as práticas corporais e alimentares em camadas populares sob a ótica da promoção da alimentação saudável”. O referido projeto é desenvolvido em parceria com a Universidade Federal do Recôncavo da Bahia - UFRB e contam com o financiamento da FABESB (Edital 010/2009), sendo aprovado pelo Comitê de Ética em Pesquisa em Nutrição da ENUFBA, sob o Parecer nº 07/10.

Utilizou-se uma abordagem qualitativa alicerçadas nas bases que fundamentam a etnografia para o seu desenvolvimento. Apoiou-se, para isso, na perspectiva antropológica de Geertz (1989, p. 15). Para o autor, o que define essa metodologia “é um risco elaborado para a descrição densa”.

O universo empírico foi circunscrito em um Mercado Popular, uma vez que se considera que tais mercados se configuram como lugares nos quais as memórias alimentares se preservam e onde se encontram com mais abrangência a culinária dita popular.

O Mercado Municipal de Cachoeira foi escolhido considerando a importância histórica da cidade de Cachoeira formadora dos alicerces do Brasil colonial com suas variadas influências étnicas e histórico-culturais do período. Entende-se ainda que uma vez ponto do comércio no século XVIII pode ter influenciado na culinária e na sua forma de comer. Ademais, Cachoeira, segundo Dias (2010), passou por um declínio econômico, permanecendo assim por décadas, o que pode ter lhe conferido a perpetuação das diversas tradições, inclusive as alimentares. Assim, foi

pressuposto que da comensalidade ali estabelecida, refletida através consumo popular dos seus frequentadores, poderia emergir os discursos que circundam em torno do comer popular e das práticas de promoção da alimentação saudável.

Como técnicas para a produção de dados, foram utilizadas a observação participante e a entrevista semi-estruturada. A primeira foi estruturada em oito permanências de curta duração em campo, durante o período de abril e outubro de 2011, com a construção de diários de campo. Os espaços de comensalidade foram selecionados considerando a aproximação com o comer popular e seus sujeitos. São eles: os restaurantes do mercado (térreo) e restaurantes-barracas da feira (apenas em dias de feira).

No que se refere às entrevistas semi-estruturadas, combinou-se questões pré-estabelecidas e abertas, o que possibilita ao entrevistado discorrer sobre o assunto proposto, sem se prender à indagação formulada (MINAYO, 2008) e favorece ao objetivo proposto permitindo que se desenvolva um diálogo durante a entrevista. As entrevistas foram realizadas no período de julho a setembro de 2012.

Os entrevistados eram consumidores habituais das comidas populares do mercado, ou seja, sujeitos envolvidos com a comensalidade tanto no que se refere ao consumo – consumidores habituais dos estabelecimentos selecionados previamente, por abordagem do entrevistado enquanto faziam as suas refeições ou por indicação das “proprietárias” dos restaurantes - como na dominação do “saber fazer” destes estabelecimentos pré-selecionados. A escolha dos estabelecimentos foi aleatória considerando também a aceitação dos proprietários em participar do estudo.

Deste modo, foram realizadas doze entrevistas, sendo quatro com comerciantes e oito com consumidores. A dinâmica desses espaços influenciou nesse processo assim como a disponibilidade e aceitação do termo de consentimento. Para identificar os entrevistados mantendo o sentido ético de sigilo de identidade, estes foram renomeados. Alguns codinomes fazem alusão aos mártires da Independência, período que deixou suas marcas na cidade, como Joana Agélica, João das Botas, Dom Pedro e Maria Quitéria.

Para a análise foram adotados os procedimentos sugeridos por Jovchelovitch e Bauer (2007), nos quais, após obter os diários de campo, transcrever as entrevistas e fazer uma leitura preliminar, ocorreu um procedimento gradual de redução do texto qualitativo, formando um sistema de categorias, as quais se

encontram concomitantemente, no campo do popular e do saudável e emergem do que os sujeitos entendem sobre o comer natural, o de casa e o comer pesado para o sustento.

## **RESULTADOS E DISCUSSÕES**

### **O CONTEXTO**

#### **Os sujeitos, a comida e o comer no mercado de Cachoeira**

[...] é um lugar de encontro intenso de feirantes com feirantes, fregueses com fregueses, fregueses com feirantes, feirantes com fregueses, moradores, parentes, transeuntes e escolares, em um só espaço. (Diário de campo)

Diferentemente do intenso centro comercial e urbano do passado (Dias, 2011 e Marques, 2008), atualmente, Cachoeira apresenta uma dinâmica comercial focada em um mercado local impulsionado pela distribuição de alimentos. Por assumir tal função, o Mercado Municipal juntamente com a feira exibem o espaço no qual, pessoas transitam intensamente, principalmente nos dias de feira. Muitos desses frequentadores mencionados consomem a comida ali produzida e estão distribuídos nos seus diferentes espaços de comensalidade, os quais se localizam tanto internamente como fora do mercado, espalhados por toda a dimensão desse espaço.

Os entrevistados, em sua maioria, eram naturais de Cachoeira. O grupo de consumidores era formado por feirantes, trabalhadores das proximidades, como taxista, motorista de transporte coletivo e comerciante de alimentos. Foram duas mulheres e seis homens cuja idade variava entre 24 e 48 anos e escolaridade entre 4ª série a 2º grau completo. O grupo de comerciantes era feminino e apresentou idade entre 24 e 57 anos e escolaridade entre 8ª série a 2º grau completo.

Na soma do mercado com a feira encontra-se o comer dito “pesado” representado pelo consumo de preparações como cozido, feijoada, sarapatel, mocotó, maniçoba e mais raramente caruru e vatapá. Tais preparações podem ser vistas no trecho abaixo:

A feijoada. A comida mais pedida depois do cozido durante a semana é a feijoada, depois da feijoada o sarapatel em último lugar tá a maniçoba. Porque a maniçoba quem gosta mais é o pessoal de fora, por exemplo, se vir um grupo de Salvador, de fora... (Angélica, comerciante)

Angélica fala, ordenadamente, das preparações vendidas no seu restaurante. Entretanto, essas comidas, comumente são encontradas às quartas, sextas e principalmente aos sábados, que são dias de feira, sendo, o mocotó ofertado em preparações como mocofato, fatada<sup>8</sup>, moqueca de fato ou na feijoada e são os próprios feirantes, além dos turistas e outros frequentadores do Mercado que consomem a comida.

Assim, a comida identifica o consumidor e o seu comer popular caracterizado pelo encontro do gosto de uma comida “pesada” com o comer em abundância, como pode ser visto no trecho abaixo:

De repente, ouvi uma voz de trás: “Joana!” e sentou após esticar os braços como se acenasse. Não precisou falar muito para expressar que queria comer. Escolheu o ensopado. Enquanto comia a mistura de feijão, arroz e farinha posta numa determinada quantidade, popularmente chamada “montanha”, conversava com uma conhecida que havia sentado. A mistura tinha como principal complemento a farinha que para além de dar “liga” ao conjunto extrapolava ainda seca o prato. Quando acabou, este saiu sem pagar e a cozinheira me confirmou que era um daqueles fregueses que a mãe paga. (Diário de campo)

O termo “montanha” refere abundância de um prato farto. Sobre o comer com abundância, Montanari (2003) cita algumas representações artísticas e literárias que expressam este comer no século XVI. O autor utiliza o termo “comer de acordo com a própria fome”, para caracterizá-lo como um desejo de marca popular. Bourdieu (2008), por sua vez, coloca que as classes populares, distintamente das médias, estão reduzidas aos bens e as virtudes de “primeira necessidade”. Dessa forma, entende-se que a este comer estão reservadas características surgidas como respostas a privação e do consumo do necessário. Joana possui uma clientela que retrata bem essa necessidade, uma vez que diferente das outras comerciantes,

---

<sup>8</sup> Comida elaborada com carne de sertão, bacon e calabresa recheada com o tempero, depois adiciona o fato para o cozimento. As carnes da fatada são cortadas bem menores que a do mocofato.

serve ao público mais pobre do mercado, cobrando muitas vezes dois ou três reais pelo prato. Esta comerciante como no trecho acima revelado vende ainda refeição para os filhos da “mães que pagam”, os famintos dependentes químicos do mercado.

A presença da farinha parece funcionar não apenas como complemento do “binômio arroz com feijão (MACIEL, 2004) da atualidade brasileira”, mas complemento essencial do comer citado no trecho, o que nos volta ao passado do século XVII quando o feijão com farinha era a base desta alimentação (CASCUDO, 1967). A utilização da mesma ainda corrobora com Cascudo (1967) que identificou farinha à “comida de *volume*, comida que *enche*, sacia, faz *bucha*, satisfaz”, além de ser o alimento que mais acompanhou a formação do povo brasileiro (MACIEL, 2004), principalmente em uma época em que a cidade de Cachoeira era centro comercial e urbano importante do país.

A comida tradicionalmente considerada como cotidiana é muito consumida pelos trabalhadores do mercado, uma vez que uma das principais funções de seus restaurantes é a alimentar os trabalhadores, ou seja, são feirantes que alimentam feirantes. Este consumo ocorre principalmente nos dias de “não feira”, sendo a comida formada pela combinação de arroz com feijão, sempre adicionado de algum tipo de carne, como frango e boi ensopados ou assados (frito), e sob forma de bifês. Essa comida que parece sem sofisticação, foi identificada por Santos (2012) como “normais” do cotidiano e são mostradas no trecho abaixo:

Conversei com um senhor que estava na parte dentro do balcão de um dos restaurantes. O mesmo me informou que saia feijão, bife, peixe corvina de moqueca, ensopado de carne, ensopado de frango. (Diário de campo)

Como complementos são servidos a farinha, o molho de pimenta e, ainda, mesmo que não obrigatoriamente, a salada. Vê-se, também, que o comer popular é marcado pelo consumo de uma comida com conotação de simplicidade. O “básico” citado no trecho abaixo anuncia o sem sofisticação, o simples, a comida do dia-a-dia:

De Cachoeira eu prefiro ficar com o feijão e arroz. Pra mim é o básico e eu gosto mais mesmo de feijão e arroz. Não fico procurando

muita espécie de prato não, porque não são todos que eu gosto aqui.  
(Fonseca, consumidor)

A presença dos pratos “pesados ou do “cotidiano” está em consonância com Santos (2012) que identificou no Mercado do Peixe em Salvador, Bahia, a predominância das comidas ditas “tradicionais” identificadas como as comidas “pesadas” como o cozido, a feijoada, o sarapatel e o mocotó. A autora identificou ainda outras comidas como os “tira-gostos” e preparações não comuns em cardápios de restaurantes populares, como picanha na chapa e bife a milanesa, além das comidas do cotidiano representadas pelas várias versões de ensopados de carne e os bifes, mais consumidas por trabalhadores das redondezas. É importante salientar que hoje, o Mercado do Peixe, é quase que exclusivamente, um complexo de restaurantes, oriundo do antigo Mercado Municipal do Rio Vermelho (titulação oficial), que comercializam refeições para um público diverso. Isto o diferencia do Mercado de Cachoeira cujos restaurantes apresentam como uma das suas principais funções alimentar os trabalhadores da própria feira, os quais consomem tanto as comidas do cotidiano como as ditas “pesadas”, a depender do dia. Ambas, portanto, aqui compreendidas como tradicionais.

## **O ENCONTRO DO COMER POPULAR COM O SAUDÁVEL**

### **Comida pesada, comida braba: o comer que sustenta o corpo**

Eles não explicam! Eles não têm noção o que é um dia de um peão!  
(risos) Eles não tem noção! (risos) Você vai pegar o peão comendo aqueles dois pedaços de pão integral com aquela torradinha que eles estão falando. Se ele comer sete horas, sete e vinte ele já está morrendo de fome! (risos) Quando ele bater duas massas de concreto... Acabou! Ele vai cair duro de lá de cima! Duro de fome! Duro de fraqueza! (Quitéria, consumidora)

É o sentido do sustento, de força, aquilo que libera, no campo da prática, o sujeito da fraqueza. Quitéria é baiana de acarajé e o trabalho aparece à frente de quase tudo faz. Come “comida” pela manhã, consumindo o cuscuz com osso ou o mocofato nos dias em que vai a feira fazer as compras para o tabuleiro. Apesar de ter vários problemas de saúde ocasionados pela obesidade relata fazer pouquíssima

manutenção da sua “máquina”, como chama, ou melhor, faz manutenção através da comida que sustenta e um breve alongamento nas articulações quando sente muita dor. Ao falar sobre o discurso de uma terceira pessoa, percebe-se a referência ao saudável baseado no que compreende dos padrões normativos sinalizados por seus peritos. Entretanto, revela ainda o saudável do campo da experiência, associado à percepção do corpo, do sustento do corpo trabalhador.

O saudável do campo da experiência pode ser compreendido a partir da discussão sobre cotidiano. HELLER (2000), em seu livro intitulado ‘Cotidiano e História’ afirma que a vida cotidiana é a vida do indivíduo, o qual é sempre, simultaneamente, ser particular e ser genérico, e nesses moldes é influenciado por uma moral, a qual deriva de uma estrutura social concreta, uma exigência social. Assim, no reflexo dessa vida cotidiana, o sujeito empodera-se do que entende ser cientificamente adequado, mas assume a sua perspectiva prática, o saudável visto através do sustento que não “mata rápido” e impede que o “peão caia duro de fraqueza”.

Para manter-se forte é necessária uma comida que saudavelmente sustente, sendo assim identificada a comida “pesada” e “braba de peão” que pode está vinculado a uma lógica influenciada por uma visão hegemônica sobre a saúde presente entre os anos 70 e 80, quando a comida era a base fundamental para manter o corpo trabalhador saudável.

Por outro lado, na fala, a comida que saudavelmente sustenta parece se opor ao “integral”, a “saladinha” e a “verdurinha”, relacionadas com o discurso hegemônico científico e normativo da atualidade, uma vez que esses alimentos estão universalmente associados a prática da alimentação saudável. O que está em consonância com Fischler e Masson (2010) que identificaram por unanimidade, em sua pesquisa, as frutas e legumes como os produtos que mais se beneficiam da imagem dos produtos sadios, corroborando com o discurso universal.

Concomitantemente ao conceito de comida “pesada”, termos como “braba de peão”, que “sustenta” e que dá “força” também estão relacionados pelos sujeitos à comida popular consumida no mercado no que tange o sustento ao corpo. Para Le Breton (2006, p. 82) manter uma relação mais instrumental com o corpo é característica das classes populares. Em acordo, Boltanski (2006, p. 158) afirma que a instauração da atuação reflexiva e consciente com o corpo, própria das classes mais intelectualizadas, não poderia ter outro efeito, nos sujeitos das classes

populares, senão de diminuir a resistência que são capazes de opor ao corpo e, portanto, de reduzir em qualidade e quantidade o trabalho que este fornece. Sendo assim, para os trabalhos que exigem menos do corpo físico e mais do intelecto essa noção instrumental não se mostra fundamental.

Na medida em que nega a presença do saudável na comida do mercado, seu Pirajá (trecho abaixo), ao falar de seus colegas de trabalho, revela uma dimensão do saudável imbuída da sua compreensão expressa como o sustento do corpo trabalhador. O consumo da comida “braba de peão” remete a metáfora do “gladiador” utilizada por Santos (2006) para definir o comer voraz de apetite robusto das classes menos abastadas, o qual pode ser ainda caracterizado como o comer em quantidade, de forma veloz e maneira bruta, demonstrando masculinidade.

[...] Porque aqui a gente não usa esses negócios não. Salada, legumes esses negócios, a gente aqui não usa. Aqui é comida braba de peão mesmo se não, não aguenta trabalhar não. Um sucozinho... (risos) A gente que já acostumou desde criança nessa alimentação. E pra mudar é meio difícil. (Seu Pirajá, consumidor)

De outra forma, Bourdieu (2008, p. 169) afirma que é “possível deduzir os gostos populares pelos alimentos mais nutritivos e, ao mesmo tempo, mais econômicos”. O autor configura essas representações como o duplo pleonasma que mostra a necessidade de reproduzir, ao menor custo, a força de trabalho que impõe como sua própria definição o proletariado. É como se o comer do trabalhador se caracterizasse por um comer de menor custo em analogia ao que define como sua força de trabalho, ou seja, pouco custo e muita energia para o trabalho. Entretanto, isso não se faz coerente com o fato dos sujeitos demonstrarem seu gosto popular pelo grande consumo de carne, alimento presente em abundância nas preparações vendidas no mercado, cujo preço é elevado em comparação com os demais tipos de alimentos ofertados. Assim o saudável se faz presente, a exemplo da fala abaixo, pelo consumo de “feijão”, “carne” e “fato” (vísceras), ficando os alimentos contidos em preparações como a salada, cujo teor energético é baixo em segundo plano. Parece, então, que se dar maior representação em relação ao saudável do sustento para aquilo que, na compreensão popular, fornece maior energia, ou seja, dá mais força para o trabalho, não sendo, portanto, o custo primariamente responsável pela caracterização do gosto.

Salada tem ai, mas tem feijão, tem a carne, tem o fato. Misturo... Pra mim não é saudável. (Seu Pirajá, consumidor)

O interlocutor prossegue com a fala acima quando perguntado, diretamente, se para ele, salada não é saudável, considerando a presença da mesma no restaurante onde mais consome e no fato de ter generalizado a comida do Mercado como não saudável. Sua resposta parece não valorizar a utilização desta preparação diante da presença dos outros componentes do prato.

Considerando as duas falas anteriores, a “salada” ora está ausente na comida do mercado, ora aparece como não utilizada junto à comida dita “braba”, o que parece uma contradição, uma vez que o mercado eminentemente é um local onde ocorre a comercialização das frutas e verduras consideradas “naturais” e, portanto, mais “saudáveis” uma vez que são associadas ao que vem do campo. Além disso, a feira é o local onde muitos adeptos da alimentação saudável elegem como um dos espaços primordiais para o exercício da compra desses alimentos.

De forma subjetiva, os alimentos “pesados”, em geral, parecem “carregados” de substâncias, ou de algum outro elemento que justifique o uso do termo. O gosto popular da comida do mercado é assim caracterizado pela presença exacerbada da carne, gordura e da farinha. Quitéria sinaliza a presença da carne, ao falar sobre a maniçoba, preparação que mais gosta e que não a consome, por conta de seu estado de saúde.

É... E são tudo assim, com carne... É carne de cabeça, é mocotó, é fato... Entendeu? Junta muita coisa... Ainda muita gordura, fica muito pesado... (Quitéria, consumidora)

Sobre o consumo de carne Bourdieu (2008) afirma que esta é um alimento nutritivo por excelência, forte e fornecedora de vigor, sangue, saúde e que é prato dos homens. Tais adjetivações, discutidas pelo autor, agrega ao “pesado” elementos fundamentais de masculinidade. Sobre o tema, Montanari (2008) afirma que a onomástica do guerreiro é frequentemente emprestada do mundo animal, a exemplo dos lobos e ursos, sendo sempre animais carnívoros em sua essência. Para o autor, é pelo consumo da carne que os guerreiros demonstram simbolicamente a sua força

física e coragem, comungando com a noção “científica” que atribui a este alimento a capacidade de nutrir o corpo, de consolidá-lo muscularmente.

A carne tem forte marca no Mercado, seja pelo corte e venda de diversos açougueiros ou pelo grande porcionamento no prato e presença nas tradicionais preparações (cozido, maniçoba, feijoada, sarapatel), a exemplo do citado por Quitéria na fala acima. Assim, a presença da carne associada ao sinalizado por Bourdieu (2008) e Montanari (2008) pode caracterizar o comer “pesado” do mercado como um comer masculinizado. Esta afirmativa é fortalecida quando se leva em consideração a maior presença masculina nos balcões dos restaurantes do mercado, como sinalizada abaixo:

Às 13:35h estavam nove homens a almoçar no box. Sua clientela assim como a das outras vendedoras é formada por homens em sua maioria (Diário de campo).

A justificativa para, o comer masculino ainda pode ser intensificada quando se analisa o mercado na mediação entre a “casa” e “rua” em alusão a DaMatta (1997):

O mercado pode ter vários títulos: comércio de alimentos, ambiente de drogas, ambiente de discurso e práticas de politicagem, pechincha, ambiente politizado, ambiente de promiscuidade e bebida, ambiente de encontro de pessoas, de brigas, de família, bons negócios, tudo está ali. Confronto e serenidade. (Diário de campo).

No ambiente da “rua” representado como espaço de conflitos, segundo da DaMatta (1997), pode-se identificar a presença masculina, apesar de não exclusiva. É notório, no entanto, que a associação do comer popular com comer masculino não está relacionada apenas a presença do masculino, mas por sua representação, uma vez que como mostrado na fala abaixo, mulheres que consomem a comida do mercado também o expressa.

Clementina tem uma genética que ajuda, pois come como homem e é magra. Seu prato é montanhoso e já percebi que quando senta para comer, é para comer mesmo. Hoje, sentou-se a mesa da frente, em direção à porta do mercado enquanto Antônia comia no balcão. Disse-a que era magra de ruim. Ela riu. (Diário de campo)

Essa forma de comer de Clementina representa o comer característico de uma classe popular cujo segundo Woortmann (1978) corresponde ao comer

relacionado a “força” e a “sustança”. Para o autor, “fortidão” além da carne, da cor e do tempero acha-se associada à gordura, sendo os alimentos “gordos” considerados mais fortes que os sem gordura.

Zaluar (1982) atribui a classe popular os alimentos como feijão, arroz e carne e ainda as massas e o milho à noção de “comida”. São, portanto, representações de alimentos “fortes” que sustentam e se opõem as verduras e legumes. Para autora essa compreensão popular se funda no fato da “comida” proporcionar a sensação de repleção por conta do alto teor de gordura e lenta digestão. Isto confere a impressão de “barriga cheia” e parece garantir a resistência e aptidão para o trabalho. O que está em acordo com Woortmann (1978) ao afirmar que os efeitos desta comida estão na sua capacidade de manter o trabalhador “alimentado” por mais tempo (sem vontade de comer de novo) e no seu poder de produzir e de conservar mais energia para a atividade braçal.

A diferenciação da comida “pesada” com a comida “leve” surge nas falas dos entrevistados e é caracterizada pela ausência de “carne gorda”, além da pouca quantidade de sal, tempero e a presença de verduras. Estas, em especial, são preparadas para as pessoas sinalizadas por Angélica nas citações que seguem:

Os pais e mães que tem filho criança e que não querem dar essas comidas pesadas e geralmente quem tem problema de saúde. [...] As crianças e as pessoas de idade que às vezes tem problemas.  
(Angélica, comerciante)

Esse contraponto do “leve” com o “pesado” se relaciona com o sinalizado por Woortmann (1978) ao afirmar que o “forte” associa-se à categoria do “sadio”. Percebe-se (fala acima) que os consumidores da comida dita “leve” são pessoas que requerem certo cuidado ao organismo. Isso alude a uma possível agressão ao organismo atribuída a comida “pesada”. Para o autor, existe uma relação entre as qualidades da comida e os estados do organismo, entre o alimento e a saúde. Assim, uma comida pode ser fraca e adequada e exatamente por ser fraca e “leve”, é indicada para velhos e doentes.

Vê-se ainda nas falas de Angélica transcritas abaixo que a comida “leve” é consumida pelas mulheres que parecem tentar aderir a um comportamento elitizado, uma vez que são chamadas de “granfinas”. Este consumo transparece certa repulsa aos alimentos gordurosos.

[...] ou então as granfinas, as mulheres que não gostam de comer nada de gordura. Chegam aqui pedem o feijão ou o que tiver e falam: – Não bote carne gorda não! Bote carne magrinha. Quando a carne tá magrinha digo que tem, quando não tem digo – Oh, Fia! Só tem essa – e ai elas tem que catar lá, a gordura lá, se ajeitar lá. (risos) (Angélica, comerciante)

Comem, comem... (as granfinas) Chegam assim, ó! Pega o garfo e fica assim, piticando como se tivesse nojo da comida, mas quando bota na boca minha filha, acelera! (risos). (Angélica, comerciante)

Fazendo alusão a distinção de classes discutida por Bourdieu (2008), essa atitude permite perceber que a adequação às recomendações normativas sobre alimentação saudável pode estar interligadas a um padrão relacionado às classes mais abastadas. Associada a esta distinção, observa-se o que Fischler (1995) indica como uma tendência “lipófoba” representada pela palavra “piticando” que associa-se ao nojo, a repulsa à gordura da carne gorda e preferência a carne que assume a imagem de “magreza”. O que está, então, em acordo com Contreras e Gracia (2011, p. 306) ao afirmarem que “as gorduras e calorias se tornaram uma espécie de inimigos públicos” na contemporaneidade. Para os autores essa é uma “preocupação recente que se converteu em obsessão” para a prevenção das doenças cardiovasculares e a redução de colesterol dos alimentos.

Retomando a noção do saudável que sustenta, esta também surgiu através do caldo do cozido a partir do qual se faz pirão preparado com farinha de mandioca, complemento essencial na formação do prato. O caldo da comida é “tradicionalmente visto como detentor da força dos alimentos” (SANTOS, 2006, p. 270). Entretanto, o discurso move-se através do conflito explicitado pela necessidade de justificar a presença da gordura no caldo que provem da carne, como pode ser lido no trecho “ele não vem com aquela gordura toda”, citado logo abaixo.

A mais saudável? É quando eu faço o cozido. [...] É, eu considero saudável apesar de ser o caldo da carne, mas ele não vem com aquela gordura toda (da carne), e a gente come com as verduras. Então se tiver algo assim do colesterol no pirão por causa do caldo da carne, as verduras já vem já e dá uma balanceadazinha. A gente se sente satisfeito! Isso é uma comida saudável. (Antônia, comerciante)

O caldo é considerado como gorduroso, mas a carne sai de cena, diferentemente das verduras que são expostas, sendo esta o motivo pelo qual a preparação é eleita a comida mais saudável por alguns interlocutores. Entretanto, para admitir o cozido como prato saudável, apesar de considerado gorduroso pela entrevistada, as verduras o tornam “*light*”, como se promovessem a compensação e “equilibrassem” a preparação. Ao final da fala percebe-se então que o “sentir-se satisfeito”, ou seja, o sentir-se “saciado”, “sustentado” e “forte” dá sentido ao que se come enquanto a verdura justifica e modifica o prato caracterizando-o como saudável. Essa balança popular alude a uma noção de equilíbrio, tão cara à ciência da nutrição, mas que no cálculo dietético popular parece associada ao que CANESQUI (2007) chama de jogo de oposições que traduzem a teoria do equilíbrio entre as forças internas, expressas na “natureza” da pessoa (forte ou fraca), com as externas (tipo de alimentação). Para a autora, os alimentos, ao se incorporar ao corpo, podem manter ou alterar a “natureza” a pessoa, produzindo também efeitos no uso social do corpo ou nos seus estados.

A notória negação da gordura nos trechos observados parece surgir como resposta à pressão exercida pelo discurso normativo e “científico” sobre alimentação saudável, o qual, como anteriormente discutido, ganha um espaço moral (HELLER, 2000) na sociedade, assim como a supervalorização das verduras. Entretanto, houve o tempo em que a gordura era mais valorizada do ponto de vista gustativo. A exemplo, Montanari (1998) identificou em um manuscrito napolitano do fim da Idade Média que as receitas que empregavam manteiga eram tão numerosas quanto as que usavam tocinho e quase tão numerosas quanto as que usavam óleo. O consumo da gordura, portanto, era intenso e conferia sabor a refeição produzida nessa cidade. Poulain (2010), ao falar sobre o status paradoxal da gordura, afirma que estas são simultaneamente, produtos que engordam, produtos que são bons para o paladar e para o gosto dos alimentos, enfim, são marcas de identidade, uma assinatura de dependência regional. Assim, o comer “pesado” do popular no Mercado de Cachoeira reflete uma construção do passado, de um tempo onde a gordura era permissível sem muitas restrições.

## O natural do comer popular no mercado

Sobre o uso dos produtos industrializados na alimentação Contreras e Gracia (2011) informam que as mudanças que se produziram nas dietas alimentares da maioria dos países do mundo destacam certa “má nutrição” por conta do uso disseminado de aditivos químicos. Este caráter negativo é relacionado com o recurso de crescimento artificial das aves e do gado, os pesticidas nos campos de cultivo, os antibióticos e hormônios e ingredientes adicionados, as técnicas de transformações complexas, os quais fazem Arnaiz (2005, p.152) questionar a produção industrial, a qualidade e a segurança do que é oferecido maciçamente. Da mesma forma, Azevedo (2008) critica a produção industrial ao afirmar que diante da intensa propaganda e do estímulo à produção e o consumo parece que o sistema agroalimentar junto com seus reguladores políticos decidiram, dentro de uma perspectiva reducionista e estreita de risco-benefício, que o consumo dos produtos industriais é seguro. Para a autora esses produtos não deveriam ter sido estimulados sem estudos que pudessem garantir, em longo prazo, a segurança do consumidor.

O caráter negativo acima mencionado, não se restringe a discussão científica sobre o tema, mas é expresso no cotidiano das pessoas. Assim, o saudável na feira parece encontrar abrigo no comer reconhecidamente “natural” do mercado na mesma medida que sinaliza distanciamento das comidas e produtos industrializados vendidos nos supermercados, os quais refletem a presença do “químico”. Este termo, assim como “agrotóxico”, “conservantes” e “hormônios” são frequentes nas falas e confere ao consumo da comida industrializada, o caráter aqui discutido.

[...] Hoje, se a gente não procura comprar as coisas mais saudáveis, por exemplo, chegar numa feira livre pra comprar os alimentos e for para o supermercado, a gente só vai comprar coisa com química. É enlatados, né? E o pessoal fala muito de um produto que bota nas verduras e nas frutas que chama... É agrotóxico, uma química né? Então, se a gente não procurar comprar as coisas naturais mesmo, do cultivo da roça, plantação, a gente vai chegar ao supermercado e vai comprar tudo aquilo ali que tá cheio de agrotóxico. Então, a gente tem que procurar comer mais o que é saudável. É uma fruta assim do pé, sem precisar botar química pra crescer rápido pra vender antes do tempo. Então procuro sempre ver pelo que é saudável, feijão mesmo, eu soube que o pessoal come nos lugares ai, feijão enlatado. (Angélica, comerciante)

O enobrecimento do “natural”, visto na fala, reflete o dito por Carvalho (2011) ao afirmar que o “natural” é o representante do ideal de autossustentabilidade que aponta para um enfrentamento da crise sanitária e ecológica do planeta. Esse conflito com o industrial pode ser ainda fortalecido pelo fato de muitos consumidores e feirantes serem oriundos da zona rural da cidade. Aos seus produtos sempre são imputados mais sabor e frescor por muitos fregueses e fregueses do mercado.

Ainda nessa perspectiva, para a interlocutora abaixo citada, a comida consumida no mercado parece ser “livre” do “industrial”. Ao referir-se a feijoada enlatada vendida nos supermercados, Angélica demonstra a pouca aceitabilidade ao consumo do que é “não natural”, ou seja, o que está “fora daqui, fora do Mercado. Assim, comer uma preparação tradicional e tão cheia dos mistérios no modo-de-fazer industrializada, torna-se algo inconcebível para a entrevistada.

Já pensou? Eu comendo tudo do bom e do melhor, tudo aqui natural, saudável, cair num lugar pra comer um negocio enlatado, minha irmã! Meu Deus! Eu acho que eu não resistiria. [...] Pense aí! Então eu digo direto, é importantíssimo você comer as coisas saudáveis, né, naturais. (Angélica, comerciante)

Considerando a tradicionalidade embutida na feijoada, tal situação remete a discussão trazida por Contreras e Gracia (2011) na qual o paradoxo trazido pela progressiva homogeneização alimentar coexiste com certa nostalgia relativa aos modos de comer e aos pratos que foram desaparecendo, o que suscita um interesse por regressar às fontes dos patrimônios culinários, ou seja, às formas tradicionais de fazer e comer a comida do passado. Beardsworth (2010) ao discutir sobre a experiência dos britânicos sobre a nostalgia e erosão das competências alimentares afirma que, para estes, as versões industriais comercializadas dos pratos tradicionais, não são considerados verdadeiros substitutos das versões autênticas preparadas em casa, já que o contexto técnico e econômico moderno é percebido como elemento que torna o natural inatingível e não prático. Destaca ainda que a sensação combinada de perda de competência nutricional e deterioração dos valores como sabor e sazonalidade induz a nostalgia aos tempos passados.

Esta condição nostálgica pode ser identificada através das falas dos interlocutores cachoeiranos aqui citados e localiza a comida popular ali consumida, no mesmo “ambiente” do Mercado, na mediação entre o campo e a cidade, entre a

“casa” e a “rua”. É importante salientar que Angélica e Fonseca são oriundos da zona rural e que o Mercado Municipal de Cachoeira, principalmente em dia de feira (sábado) cresce por conta da presença dos pequenos produtores da região, o que perpetua o sentido essencialmente natural a este comércio, representado pelo “cultivo da roça” expressa na citação de Angélica.

Carvalho (2009, p. 79) corrobora para esse entendimento ao afirmar que o natural corresponde, portanto a “um estilo de vida feliz, que se organiza a partir de uma concepção de ruralidade feliz, na perspectiva daqueles que optaram pelos centros urbanos”. Em consonância, Woortmann (1978, p. 23) concluiu, em seu estudo sobre Hábitos e Ideologias Alimentares em Grupos Sociais de Baixa Renda que o lavrador de Mossâmedes percebe dois polos extremos de dois momentos históricos em suas concepções relativas à alimentação. São eles representados pela mata, hostil, não domesticada, que corresponde a um tempo de sacrifícios e a cidade, que corresponde a um tempo de carência. Para o autor, a fazenda situa-se entre os dois e é, na ideologia do lavrador, o “paraíso perdido, o mundo solidário, a natureza domesticada” além de “forte e sadia, como o eram também os homens e os alimentos”.

Essa valorização da relação homem natureza implica dizer que o natural, não necessariamente se associa com tudo que é comercializado na feira, mas principalmente ao produzido localmente, que ao se relacionar com o campo da região, está mais presente nos dias de feira, sobre a lona no chão dos prolongamentos do mercado, onde se encontram os pequenos produtores da região. Aos produtos vendidos por estes, nota-se maior preferência entre os fregueses, como mostrado no trecho abaixo:

Sobre os produtos que estavam nas proximidades da barraca, apontando para lado esquerdo, comentou que eram verduras boas, de Maragogipe, sem produtos químicos. Em sua maioria eram verduras pequenas dos produtores rurais da região, os que não tinham barracas e se restringiam as suas lonas no chão. Comparou as alfaces de Feira de Santana considerando-as duras e crespas por conta da irrigação. Ele se referia diretamente a irrigação ficando nas entrelinhas a questão do agrotóxico. Como os maiores produtores usassem e os produtores locais, não. Dizia que as alfaces de Feira têm “folhas grandes e duras”, repetindo por duas vezes sua opinião. (Diário de campo)

É importante salientar que a maioria das barracas de frutas e verduras localizadas do lado direito do Grande Mercado revendem mercadorias de produtores maiores. Estas são mais caras e vendidas diariamente na feira, diferentemente dos pequenos produtores da região. Desta interação de confiança pela qualidade com o pequeno produtor percebe-se, então, que a relação com o campo se dá pela proximidade da mão que vende com a mão que produz, da mesma forma que a questão da naturalidade dos alimentos parece se distanciar das frutas e verduras vendidas nos supermercados, no qual a cadeia entre produtor e comerciante é maior. Esta valorização ao que é da roça foi observado também por Poulain (2006). O autor identificou que nos discursos espontâneos de consumidores e atores da produção de refeições ou do turismo, a terra e as cozinhas locais são colocadas como o “universo tradicional” numa concepção de “estável”, fundado numa tradição que parece imutável em oposição às transformações e aos ciclos dos modos da economia do mercado e a autêntica oposição ao artificial dos meios urbanos.

No trecho abaixo, o natural “tirado da natureza”, exemplificado pelo dendê é saudável. Sendo assim comer saudável significa comer o que vem originalmente desta fonte, o que corrobora com Rozin (2010) que trata do tema ao afirmar que as razões intelectuais subjacentes à preferência pelo natural se focalizam na noção de que os produtos naturais são essencialmente melhores, ou melhores porque estão disponíveis em sua forma original, ou ainda o eleva ao nível de pureza. Para o autor, o conceito de “natural” é uma primeira abordagem positiva em todo mundo, mudando apenas o sentido de uma pessoa para outra.

Pra mim é porque a moqueca, primeiro, ela vem usando o azeite. O azeite já é tirado do fruto do dendê mesmo que é algo que tá na natureza e por não serem levada muitas químicas. Primeiro que o camarão é um fruto do mar que já não tem essas químicas, a não ser se for criado em cativeiro que já não vai ser tão saudável quanto aquele do mar, mas eu creio que o dela (dona do restaurante) possa ser do mar, né? (João, consumidor)

Na fala acima, citada, o peixe assume papel de destaque, uma vez que com a exceção do cultivado em cativeiro é considerado o alimento que sofre menor agressão química porque, provavelmente, vive do local que entende ser menos atingido por estes, a natureza marítima – também assim caracterizada por pertencer ao seu mundo “rural” que nas imediações de Cachoeira está banhada por mangues

e rios. Essa contrariedade ao “químico” é consoante com Carvalho (2009, p. 99), a qual afirma que “a concepção de Natureza hoje, diferentemente da natureza romântica do passado, é expressa através de um mal estar causado pela modernidade, representado no combate ao artificial, ao tecnológico como maléfico”. Tal perspectiva ainda se contrapõe a confiança depositada no alimento “saudável” compreendido como o produzido de forma controlada, em condições adequadas e fiscalizadas. Outra lógica, também associada tanto aos peixes de cativeiros como as frutas e verduras vendidas dos supermercados, anteriormente mencionadas.

Santos (2006, p. 152) pode compreender a partir de algumas falas dos seus interlocutores que “as práticas alimentares identificadas como alternativas ou naturais não contradizem aos referenciais mais atuais sobre alimentação saudável, pelo contrário, elas convergem, se retroalimentam e se atualizam”. Considerando o conteúdo discutido e em consonância com o afirmado por Santos (2006), o sentido natural presente no comer cotidiano dos consumidores do Mercado Municipal de Cachoeira caracteriza, sua natureza saudável e reflete as práticas alimentares cotidianas neste espaço.

### **O saudável inserido na mediação da “casa” e da “rua”**

O Mercado, parece se localizar tanto na mediação do campo e da cidade conforme discutido anteriormente, como, também, tomando como empréstimo a discussão de DaMatta (1997), situa-se na mediação da “casa” e da “rua”. Para o autor, a concepção simbolizada por estes espaços, mais do que separar contextos e configurar atitudes, são espaços, esferas de significação social.

Não se trata de cenários ou de máscaras que um sujeito usa ou desusa - como nos livros de Goffman – de acordo com suas estratégias diante da "realidade", mas de esferas de sentido que constituem a própria realidade e que permitem normalizar e moralizar o comportamento por meio de perspectivas próprias. (DAMATTA, 1997, p. 33)

Sendo assim, não se trata de designar o espaço físico, mas a representação social em que nele está embutida. Normalmente, na casa se tem as relações de parentesco, é um ambiente controlado, confiável e sinaliza, segundo o autor, um

espaço profundamente totalizado numa forte moral. Já a “rua” contém relações conflituosas, desorganizadas e “cabíveis” de má conceituação. Dessa forma, o alimento natural tido como saudável e a presença simbólica do campo nos discursos dos entrevistados, apesar de parecem se contrapor as tecnologias dos produtos industriais alimentares e a representação do urbano, respectivamente, complementam-se interagindo no mesmo espaço.

Assim, pode-se perceber neste ambiente, a existência de questões que envolvem a confiança/desconfiança no entorno dos discursos. Estas questões refletem as considerações sobre a incerteza da comensalidade e as noções de confiança nas sociedades contemporâneas que estão em diálogo com autores como Anthony Giddens, Mabel Arnaiz, Elaine Azevedo, Jesús Contreras e Claude Fischler. Sobre o tema, Giddens (1991), afirma que em condições de modernidade, uma quantidade cada vez maior de pessoas vive em circunstâncias nas quais “instituições desencaixadas”, ligando práticas locais a relações sociais globalizadas, organizam os aspectos principais da vida cotidiana. Segundo o autor, estes são construídos através das relações de confiança, a exemplo das relações pessoais de amizade como meios de estabilizar laços sociais e pelos “sistemas abstratos” como meios de estabilizar relações através de extensões indefinidas de tempo-espaço. Nestes últimos, os leigos creem nos peritos.

Nota-se, portanto, que quando não diretamente vinculados ao espaço da casa do entrevistado, nos espaços de comensalidade do mercado, a confiança é estabelecida pela aproximação e intimidade firmada pela relação denominada como amizade, entre o consumidor e a comerciante.

Olha... Eu confio muito em Antônia, viu! Confio muito porque eu peguei amizade com ela. A cozinha dela é ali mesmo, né? Então tá tudo certo [...] Pra mim é saudável já. Pra mim é saudável... (Seu Pirajá, consumidor)

[...] Peguei amizade. Quando a gente começa a comer muito, pega amizade. Peguei amizade com a cozinheira. (Seu Pirajá, consumidor)

Para DaMatta (1986) aprendemos em casa as dimensões sociais que são, provavelmente, as primeiras que aprendemos na sociedade brasileira. O amor filial

e familiar se estende pelos compadres e pelos amigos, para quem as portas de nossas casas estão sempre abertas e nossa mesa está sempre posta e farta. Dessa forma, a relação de amizade expressada nas falas acima simboliza um quase pertencimento a esfera da casa, uma vez que este espaço não se restringe apenas ao parentesco.

Tais agregados compartilham de uma estrutura moral específica e, provavelmente por isso, a relação de aproximação mencionada nas falas prediz a confiança pautada na certeza dos valores ali estabelecidos, de modo que se reconhece o controle próprio do que é de “casa”. Dessa forma, os discursos e representações do comer popular saudável, revelados até aqui informam muito dos contextos que estão em seu entorno e da necessidade moral de legitimar suas práticas alimentares de acordo com o grupo a qual pertence e dos sentidos que os identificam - o sustento, o natural e o do campo.

Como espaço moral importante, a casa exprime uma rede de símbolos e, portanto, um espaço definitivamente amoroso onde a harmonia deve reinar sobre a confusão, a competição e a desordem, ou seja, onde existe comunhão de pensamentos e normas (DAMATTA, 1986). Então, quando o entrevistado informa, no trecho acima, que a cozinha “é ali”, ou seja, dá para ver, concretiza a confiança baseada naquilo em que os olhos veem. Para Giddens (1991, p. 90) “nos compromissos com rosto, a manutenção da confiança básica é realizada através do monitoramento crônico do olhar, da postura corporal, da gesticulação e das convenções da conversação ortodoxa”. Assim sendo, os sentidos garantem a aproximação e perpetuação da confiança ao identificar os mesmos valores do saudável que comungam.

É dessa forma que palavras “observar” e “olhar” revelam, nas falas abaixo, a higiene através dos sentidos aliada ao saudável.

Primeiro a higiene é o fator principal. [...] Eu tenho observado que ela tem uma boa higiene. (Pedro, consumidor)

Higiene... Às vezes você (quem serve) larga uma panela lá destampada, cai mosca. Às vezes vai ao banheiro, você volta do banheiro. E fica observando... Você não lava a mão. Vai botar uma comida, vai pegar uma concha pra colocar uma comida. Então tudo isso você tá ali, você olha você observa, entendeu? (Antônio, consumidor)

A noção de higiene é expressa pelo que é percebido através dos sentidos, uma vez que aparece nas falas em resposta às características do saudável e critério para a escolha e permanência no restaurante onde se come no Mercado. Tende-se, através da percepção seguir o modelo, o que corrobora com o dito por Mary Douglas (1991) ao afirmar em consonância Bartlett (1932) que ao perceber, selecionamos, de todos os estímulos aos nossos sentidos, aqueles que nos interessam, sendo estes governados por uma tendência para criar formas que chamamos modelos. A autora ainda afirma que nossas ideias de impureza são a expressão de sistemas simbólicos e que as ideias europeias contemporâneas estão relacionadas a uma questão de higiene e dominadas pelo conhecimento dos organismos patogênicos.

Considerando tal influência, pode-se dizer que os consumidores, ao perceberem, não permanecem passivos ao visto, mas analisa também de acordo com seus parâmetros de higiene construídos culturalmente, os quais comungam com as noções de higiene da casa, uma vez que a esta está reservada o espaço do saudável, tal qual como fez referência Pedro durante a entrevista. Assim, em acordo com Giddens (1991), os sujeitos parecem fazer “monitoramento crônico do olhar”, no intuito de se fazer a “manutenção da confiança básica” ao codificar as informações na construção de seus conceitos, os quais comungam com a parte observada, a higiene das comerciantes.

Quando o sujeito se refere mais diretamente a casa, o controle anteriormente mencionado fica mais evidenciado, como pode ser notado no trecho abaixo:

Quando eu como na minha casa. Quando eu faço a minha comida porque quando eu faço digo que estou comendo saudável porque eu sei o que estou fazendo. A quantidade de tempero, de condimento que estou colocando. Sei o tipo de carne que eu estou comendo. Então, quando eu mesmo faço minha comida digo - Hoje estou comendo uma comida saudável - mas quando estou comendo na rua, infelizmente, não dá pra confiar porque... (Seu Pirajá, consumidor)

Seu Pirajá anuncia ao saudável o sentido de autocontrole na medida em que a confiança é estabelecida pelo seu próprio fazer, em seu próprio ambiente, reiterando a dimensão de proximidade promovida pelos sentidos anteriormente mencionados. O trecho “porque eu sei o que estou fazendo”, sinaliza certeza e confiança em si e na sua forma de estar com o mundo, relacionado a uma dietética tradicional, da qual é detentor dos modos de fazer. Para Giddens (1990), a tradição

contribui de maneira básica para a segurança ontológica na medida em que mantém a confiança na continuidade do passado, presente e futuro, e vincula esta confiança a práticas sociais rotinizadas. Assim, a casa garante o consumo da alimentação saudável porque é um ambiente protegidamente favorável a isso; é o local onde, para além de uma moralidade, se tem o controle do que o sujeito tradicionalmente usa e de como faz. É, portanto, o modelo concebido como ideal, o lugar do saudável representado pelo interlocutor.

Entretanto, quando o sujeito diz “não da pra confiar” na comida da rua, não apenas se remete, simbolicamente, ao seu ambiente conflituoso e impuro, mas assume uma desconfiança generalizada, gerada pela incerteza sobre o que é alimentação saudável. Arnaiz (2005), em consonância com Fischler afirma que boa parte do problema associado à incerteza alimentar no mundo contemporâneo, decorre do fato de não existir consumidor em si mesmo, se não na “cacofonia” dos critérios propostos culturalmente, e que incluem a influência dos médicos, dos publicitários, passando por várias alternativas díspares entre si.

Para Romanelli (2006), como todo produto cultural, as normas dietéticas, de cunho médico-científico que adquiriram hegemonia, não são absorvidas, incorporadas e postas em prática do mesmo modo, mas convivem com outras ordenações culturais de modo ambíguo e conflitante. Sobre tal influência, Giddens (1991) revela que a confiança em sistemas abstratos, contribui para a confiabilidade da segurança cotidiana, mas por sua própria natureza ela não pode fornecer nem a mutualidade nem a intimidade que as relações de confiança pessoal oferecem. Neste caso, ambas se complementam na modernidade, coexistindo nas representações e sentidos atribuídos pelos sujeitos, inclusive no comer popular saudável localizado na mesma mediação do mercado, entre a “casa” e a “rua”.

## **CONSIDERAÇÕES FINAIS**

O comer popular no Mercado Municipal de Cachoeira é reflexo do contexto histórico e da sua própria dinâmica, assim como dos sentidos atribuídos ao saudável no mundo contemporâneo. Estes sentidos perpassam o campo constante da experiência cotidiana se tornando culturalmente enraizados e são representados

através do consumo da comida pesada e do cotidiano, as quais se diferenciam do comer do discurso normativo e “científico”.

O comer popular assume diferentes sentidos da mesma maneira que o saudável atribuído a este habita o local onde o controle é estabelecido pela confiança, em uma representação da “casa”.

O sustento ainda registra o saudável no corpo trabalhador das classes populares, uma vez que este dá força ao mesmo para a labuta do cotidiano da feira e o natural se encontra nostalgicamente presente neste comer saudável de forma a ratificar o consumo desta comida.

Dessa forma, os discursos e representações do saudável no comer popular, revelados até aqui informam muito dos contextos que estão em seu entorno e da necessidade moral de legitimar suas práticas alimentares de acordo com o grupo ao qual pertence e dos sentidos que os identificam - o sustento, o natural e o do campo.

Concluiu-se, por fim, que os sentidos aqui mencionados se encontram no campo da experiência, do cotidiano e que interpretar os mesmos permite a compreensão do sujeito e sua forma de estar no mundo contemporâneo com o tema saudável.

## REFERÊNCIAS

ARNAIZ, M. G. **Em direção a uma nova ordem alimentar?** In: CANESQUI, A.M. e GARCIA, R.W.D. (orgs.) Antropologia e Nutrição um dialogo possível. Rio de Janeiro: Fiocruz, 2005, p. 147-164.

AZEVEDO, E. Reflexões sobre riscos e o papel da ciência na construção do conceito de alimentação saudável. **Revista de Nutrição**, Campinas, v. 21, n. 6, p. 717-723, 2008.

AZEVEDO, E.; PELICIONI, M. C. F.; WESTPHAL, M. F. Práticas intersetoriais nas políticas públicas de promoção de saúde. **Physis Revista de Saúde Coletiva**, Rio de Janeiro, v. 22, n. 4, p. 1333-1356, 2012.

BARLOSIUS, E. **Entre Leste e Oeste: a moralização da Alimentação na Alemanha**. In: FISCHLER, C; MASSON, E. Comer: a alimentação de franceses, outros europeus e americanos. São Paulo: SENAC, 2010.

BOLTANSKI, L. **As classes sociais e o corpo**. 3 ed. São Paulo: Terra , 2004.

BOURDIEU, P. **A Distinção: critica social do julgamento**. Porto Alegre: Zouk, 2008.

BOURDIEU, Pierre. Gosto de classe e estilos de vida. Artigo reproduzido de BOURDIEU, P. SAINT-MARTIN, M. Goût de classe et styles de vie. Actes de la Recherche en Sciences Sociales, n. 5, p. 18-43, out. 1976. Traduzido por Paula Monteiro.

BRASIL. Ministério da Saúde. **Estratégia de promoção da alimentação saudável para nível local.** 2007. Disponível em: [http://nutricao.saude.gov.br/docs/geral/doc\\_tecnico\\_pas\\_nivel\\_local.pdf](http://nutricao.saude.gov.br/docs/geral/doc_tecnico_pas_nivel_local.pdf). Acessado em: 11 de Março de 2013.

BRASIL. Ministério da Saúde. **Guia Alimentar para a População Brasileira.** 2008. Disponível em: <http://nutricao.saude.gov.br/publicacoes.php>. Acessado em 20 de Janeiro de 2012.

BRASIL. Ministério da Saúde. **Glossário Temático: Alimentação e Nutrição.** 2008. Disponível em: [http://bvsmis.saude.gov.br/bvs/publicacoes/glossario\\_alimenta.pdf](http://bvsmis.saude.gov.br/bvs/publicacoes/glossario_alimenta.pdf). Acessado em 28 de Fevereiro de 2013.

BRASIL. Ministério da Saúde. **Política Nacional de Alimentação e Nutrição.** 2003. Disponível em: <http://nutricao.saude.gov.br/docs/geral/pnan.pdf>. Acessado em: 11 de Março de 2013.

BRASIL. Ministério da Saúde. **Plano Nacional de Segurança alimentar e Nutricional.** 2011. Disponível em: [http://www.mds.gov.br/segurancaalimentar/arquivos/LIVRO\\_PLANO\\_NACIONAL\\_CAIAN\\_FINAL.pdf](http://www.mds.gov.br/segurancaalimentar/arquivos/LIVRO_PLANO_NACIONAL_CAIAN_FINAL.pdf). Acessado em: 11 de Março de 2013.

BRASIL. Ministério da Saúde. **Política Nacional de Promoção à Saúde.** 2006. Disponível em: <http://portal.saude.gov.br/portal/arquivos/pdf/pactovolume7.pdf>. Acessado em: 11 de Março de 2013.

BEARDSWORTH, A. **Nostalgia e erosão das competências alimentares: a experiência dos britânicos.** In: FISCHLER, C; MASSON, E. Comer: a alimentação de franceses, outros europeus e americanos. São Paulo: SENAC, 2010.

CANESQUI, A. M. A qualidade dos alimentos: análise de algumas categorias da dietética popular. **Revista de Nutrição**, Campinas, v. 20, n. 2, p. 203-216, 2007.

CARVALHO, M. C. V. S.; LUZ, M. T. Simbolismo sobre “natural” na alimentação. **Ciência & Saúde Coletiva.** Rio de Janeiro, v.16, n. 1, p. 147-154, 2011.

CARVALHO, M. C. V. S. **Estilos naturais: uma bricolagem alimentar no Brasil urbano.** 2009. 150f. Tese (Doutorado em Saúde Coletiva). Instituto de Medicina Social da universidade do Estado do Rio de Janeiro, 2009.

CASCUDO, L. C. **História da Alimentação no Brasil.** 1 ed. São Paulo: Universidade de São Paulo, 1983.

CONTRERAS, J.; GRACIA, M. **Alimentação, sociedade e cultura.** 22. Ed. Rio de Janeiro: Fiocruz, 2011.

DAMATTA, R. A. **Carnavais, malandros e heróis: para uma sociologia do dilema brasileiro**. 5. ed. Rio de Janeiro: Editora Guanabara: Guanabara, 1990.

DAMATTA, R. A. **A casa e a rua: espaço, cidadania, mulher e morte no Brasil**. 5. Ed. Rio de Janeiro, 1997.

DAMATTA, R. A. **O que faz o Brasil, Brasil?** Rio de Janeiro: Rocco, 1986.

DOUGLAS, Mary. **Pureza e perigo**. Lisboa, Portugal, ed. 70, 1991.

FISCHLER, C; MASSON, E. **Comer: a alimentação de franceses, outros europeus e americanos**. São Paulo: SENAC, 2010.

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

GEETZ, C. **A interpretação da cultura**. Rio de Janeiro: LTC, 1989.

GIDDENS, A. **As consequências da modernidade**. São Paulo: UNESP, 1991.

GILL, R. **Análise de Discurso**. In: BAUER, M. W.; GASKELL, G. Pesquisa Qualitativa com texto, imagem e som. 8. ed. Petrópolis: Vozes, 2010.

JOVCHELOVITCH, S.; BAUER, M. W. **Entrevista Narrativa**. In: BAUER, M. W, GASKELL, G. Pesquisa Qualitativa com texto, imagem e som. 8. Ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2007.

LE BRETON, D. **A sociologia do corpo**. Rio de Janeiro: Vozes, 2006.

MARQUES, R. H. **Festa da Boa Morte e Glória: ritual, música e performance**. 2008. 318f. Tese (Doutorado em Antropologia Social). Universidade de São Paulo, 2008.

MENEZES, W. A. **Hino do município de Cachoeira**. Disponível em: [http://pt.wikisource.org/wiki/Hino do munic%C3%ADpio de Cachoeira](http://pt.wikisource.org/wiki/Hino_do_munic%C3%ADpio_de_Cachoeira). Acessado em 28 de Fevereiro de 2013.

MINAYO, M. C. S. **O desafio do conhecimento: pesquisa qualitativa em saúde**. 11 ed. São Paulo: Hucitec, 2008.

MONTANARI, M. **A fome e a abundância: história da alimentação na Europa**. São Paulo: EDUSC, 2003.

MONTANARI, M. **Comida como cultura**. São Paulo: SENAC, 2008.

MONTANARI, M.; FRANDLIN, J.L. **História da Alimentação**. São Paulo: Estação Liberdade, 1998.

MEDEIROS, M. A. T. **Desafios do Campo da Alimentação e Nutrição na Atenção Básica**. In: DIEZ-GARCIA, R. W.; CERVATO-MANCUSO, A. M. Nutrição e Metabolismo: mudanças alimentares e educação nutricional. Guanabara Koogan: Rio de Janeiro: 2011.

MINNAERT, A. C. S.; FREITAS, C. S. F. Práticas de higiene em uma feira livre da cidade de Salvador (BA). **Ciência & Saúde Coletiva**, v. 15, p. 1607-1614, 2010.

POULAIN, J.P. **Da boa manteiga a gordura ruim: modernidade alimentar e categorização alimentar**. In: FISCHLER, C; MASSON, E. Comer: a alimentação de franceses, outros europeus e americanos. São Paulo: SENAC, 2010.

POULAIN, J.P. **Sociologia da alimentação**: os comedores e o espaço social alimentar. Editora da UFSC. Florianópolis: 2006.

ROZIN, P. **A preferência pelo natural**. In: FISCHLER, C; MASSON, E. **Comer**: a alimentação de franceses, outros europeus e americanos. São Paulo: Editora SENAC, 2010.

ROMANELLI, G. O significado da alimentação na família: uma visão antropológica. **Medicina**. v. 39, n. 3, p. 333-9, Ribeirão Preto, 2006.

SANTOS, L. A. S. **O corpo, o comer e a comida**: um estudo sobre as práticas corporais e alimentares cotidianas a partir da cidade de Salvador- Bahia. 2006. 349f. Tese (Doutorado em Ciências Sociais com concentração em Antropologia). Pontifícia Universidade Católica de São Paulo-SP, 2006.

SANTOS, L. L. **O comer no mercado**: a comensalidade baiana no contexto da “revitalização” do Mercado do Peixe, Salvador, Bahia. 2012. 212f. Dissertação (Mestrado em alimentos, nutrição e saúde). Universidade Federal da Bahia, 2012.

SANTOS, S. M. C. dos. **Alimentação e nutrição: um diálogo com os princípios de qualidade de vida**. In: FREITAS, M. C. S.; FONTES, G. A. V.; OLIVEIRA, Nilce. Escritas e Narrativas em Alimentação e Cultura. Salvador: EDUFBA, 2008.

ZALUAR, A. **As mulheres e a direção do consumo doméstico**. In: Almeida MSK et al. Colcha de retalhos. Estudos sobre a família no Brasil. São Paulo: Brasiliense; 1982. p. 159-84.

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

## 5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O comer popular no Mercado Municipal de Cachoeira é resultante da sociabilidade interligada ao comer dos seus frequentadores marcados pela herança da região e cidade emblemática cujas influências são diversificadas desde a colonização brasileira. Como lugar de dinâmica vitalidade, reflete a cidade e seus sujeitos em uma representação da classe popular ali existente, expressa pela sua forma ser e pelo gosto construído.

A comida consumida no mercado revela o gosto popular influenciado pelas variações culturais que representam Cachoeira. Assim, o cozido, a maniçoba, a feijoada e sarapatel estão presentes no seu cardápio, além das comidas do cotidiano, como ensopados de carne, de frango e moquecas de peixe, na maioria das vezes, acompanhados da combinação essencialmente brasileira, o feijão com arroz, adicionados de farinha e a pimenta, elementos incondicionalmente nordestinos.

A comensalidade reflete um comer majoritariamente masculino nos restaurantes, ficando as mulheres comerciantes mais resguardadas aos seus sítios de trabalho, podendo seu consumo ser semelhante ao dos homens.

A partir do comer popular, o comer saudável é revelado conforme a arcabouço cultural que alimenta o sujeito em muitas fontes que não apenas as tradicionais, mas também as novas e modernas, uma vez que tais sujeitos se inserem no comer da contemporaneidade e, conseqüentemente, em todas as dimensões que isso representa. O Mercado, assim como o comer popular saudável surge, então, na mediação da representação da “casa” e da “rua” possuindo, dessa forma, características conflitantes e diversificadas.

O saudável, no entanto, aparece em duas perspectivas. É rapidamente identificado pelos sujeitos através do discurso do “outro”, ou seja, do discurso científico hegemônico, mas é intrinsecamente percebido no campo da experiência, através de categorias como “natural” e “sustento”, as quais são justificadas pelos fatores culturais construídos por seus consumidores.

Esta dissertação, por fim, ressalta algumas das compreensões acerca do comer popular do ponto de vista de quem come e pretende contribuir para uma melhor compreensão do comer saudável a partir de uma perspectiva cultural, ainda incipiente.

## REFERÊNCIAS

ARNAIZ, M. G. **Em direção a uma nova ordem alimentar?** In: CANESQUI, A.M. e GARCIA, R.W.D. (orgs.) Antropologia e Nutrição um dialogo possível. Rio de Janeiro: Fiocruz, 2005, p. 147-164.

AZEVEDO, E. Reflexões sobre riscos e o papel da ciência na construção do conceito de alimentação saudável. **Revista de Nutrição**, Campinas, v. 21, n. 6, p. 717-723, 2008.

AZEVEDO, E.; PELICIONI, M. C. F.; WESTPHAL, M. F. Práticas intersetoriais nas políticas públicas de promoção de saúde. **Physis Revista de Saúde Coletiva**, Rio de Janeiro, v. 22, n. 4, p. 1333-1356, 2012.

BAHIA. Superintendência de Estudos Econômicos e Sociais da Bahia. **Território de identidade** 21. Disponível em: [http://www.sei.ba.gov.br/site/geoambientais/cartogramas/territorio\\_identidade/pdf/rec\\_oncavo.pdf](http://www.sei.ba.gov.br/site/geoambientais/cartogramas/territorio_identidade/pdf/rec_oncavo.pdf). Acessado em 20 de Fevereiro de 2013.

BAUER, M. W.; GASKELL, G. **Pesquisa Qualitativa com texto, imagem e som**. 8. Ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2007.

BARBOSA, M. S. **Cachoeira**: ponto de Confluência do Recôncavo Baiano. In: CADERNO DO IPAC. 2. ed. Salvador: Secretaria da Cultura/IPAC, 2011.

BOLTANSKI, L. **As classes sociais e o corpo**. 3 ed. São Paulo: Terra , 2004.

BOURDIEU, P. **A Distinção**: critica social do julgamento. Porto Alegre: Zouk, 2008.

BOURDIEU, Pierre. Gosto de classe e estilos de vida. Artigo reproduzido de BOURDIEU, P. SAINT-MARTIN, M. Goût de classe et styles de vie. Actes de la Recherche em Sciences Sociales , n. 5, p. 18-43, out. 1976. Traduzido por Paula Monteiro.

BRASIL. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Censo 2010**. <http://www.ibge.gov.br/cidadesat/topwindow.htm?1> Acessado em 20 de Fevereiro de 2013.

BRASIL. Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional. **Nota sobre ação emergencial em cachoeira, Bahia**. Disponível em: <http://portal.iphan.gov.br/portal/montarDetalheConteudo.do?id=16250&sigla=Noticia&retorno=detalheNoticia> Acessado em 28 de Fevereiro de 2013.

BRASIL. Ministério da Saúde. **Estratégia Global em Alimentação Saudável, Atividade Física e Saúde**. 2004. Disponível em: <http://189.28.128.100/nutricao/docs/geral/ebPortugues.pdf>. Acessado em 20 de Janeiro de 2012.

BRASIL. Ministério da Saúde. **Estratégia de promoção da alimentação saudável para nível local**. 2007. Disponível em:

[http://nutricao.saude.gov.br/docs/geral/doc\\_tecnico\\_pas\\_nivel\\_local.pdf](http://nutricao.saude.gov.br/docs/geral/doc_tecnico_pas_nivel_local.pdf). Acessado em: 11 de Março de 2013.

BRASIL. Ministério da Saúde. **Política Nacional de Promoção à Saúde**. 2006. Disponível em: <http://portal.saude.gov.br/portal/arquivos/pdf/pactovolume7.pdf>. Acessado em: 11 de Março de 2013.

BRASIL. Ministério da Saúde. **Glossário Temático: Alimentação e Nutrição**. 2008. Disponível em: [http://bvsms.saude.gov.br/bvs/publicacoes/glossario\\_alimenta.pdf](http://bvsms.saude.gov.br/bvs/publicacoes/glossario_alimenta.pdf). Acessado em 28 de Fevereiro de 2013.

BRASIL. Ministério da Saúde. **Guia Alimentar para a População Brasileira**. 2008. Disponível em: [http://bvsms.saude.gov.br/bvs/publicacoes/guia\\_alimentar\\_populacao\\_brasileira\\_2008.pdf](http://bvsms.saude.gov.br/bvs/publicacoes/guia_alimentar_populacao_brasileira_2008.pdf). Acessado em 20 de Janeiro de 2012.

BRASIL, Ministério do Desenvolvimento Social e Combate à Fome. **Marco de Referência em Educação Alimentar e Nutricional para as Políticas Públicas**. Disponível em: [http://www.ideiasnamesa.unb.br/files/marco\\_EAN\\_visualizacao.pdf](http://www.ideiasnamesa.unb.br/files/marco_EAN_visualizacao.pdf). Acesso em: 28 de Fevereiro de 2012.

CANESQUI, A. M.; GARCIA, R. W. D. **Antropologia e Nutrição: um diálogo possível**. Rio de Janeiro: Fiocruz, 2005.

CHAGAS, J. B. Recôncavo baiano: as transformações em curso. 2009. 133 f. Dissertação (Mestrado em Análise Regional e Urbano) – Universidade Salvador, Salvador, 2008.

CAVALCANTE, L. G.; SANTOS, L. A. S.; SANTOS, L. L.; MAGALHÃES, L. M.; SANTOS, M. O. Comida e identidade: construções identitárias de comensais da feira das sete portas, Salvador, Bahia. In: SEMINÁRIO SOBRE ALIMENTOS E MANIFESTAÇÕES CULTURAIS TRADICIONAIS, 1. São Cristóvão: UFS. Anais... São Cristóvão, 2012.

CASCUDO, L. C. **História da Alimentação no Brasil**. 1 ed. São Paulo: Universidade de São Paulo, 1983.

CONTRERAS, J.; GRACIA, M. **Alimentação, sociedade e cultura**. 22. ed. Rio de Janeiro: Fiocruz, 2011.

CONTRERAS, J. **Patrimônio e Globalização: o caso das culturas alimentares**. In: CANESQUI, A. M.; GARCIA, R. W. D. **Antropologia e Nutrição: um diálogo possível**. Rio de Janeiro: Fiocruz, 2005.

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

DIAS, G. S; OLIVEIRA, G. G.; ARAUJO, A. **O Cachoeira-BA: Ação do Estado na reorganização do espaço urbano**. Disponível em: <http://www.uesb.br/eventos/ebg/anais/2e.pdf> Acessado em 21 de abril de 2012.

FERNANDES, A. T. Ritualização da Comensalidade. Porto: Universidade do Porto. Faculdade de Letras, 1995. Separata da Revista da Faculdade de Letras., vol. 7, n. 1. **Sociologia**: Porto, 1997.

FERRETTI, S. **Feiras nordestinas** - estudos e problemas. In: FERRETTI, S. Reeducando o olhar: estudos sobre feiras e mercados. São Luiz: UFMA, 2000.

FILGUEIRAS, Beatriz Silveira Castro. **Do mercado popular ao espaço de vitalidade**: o Mercado Central de Belo Horizonte. 2006. 172 f. Dissertação (Mestrado em Planejamento Urbano e Regional). Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2006.

FISCHLER, C; MASSON, E. **Comer**: a alimentação de franceses, outros europeus e americano. São Paulo: SENAC, 2010.

FISCHLER, C. **Gastro-nomía y gastro-anomía**: sabiduría dei cuerpo y crisis biocultural de la alimentacion contemporánea. In: CONTRERAS, H. J. (Org.) Alimentación y Cultura: necesidades, gustos y costumbres. Barcelona: Universitat de Barcelona Publicaciones, 1995. p. 357-380.

FREITAS, C. S. F.; MINAYO, M. C. S.; FONTES, G. A V. Sobre o campo da Alimentação e Nutrição na perspectiva das teorias compreensivas. **Ciência & Saúde Coletiva**, v. 16, n. 1, p. 31-38, 2011.

GIDDENS, A. **As consequências da modernidade**. São Paulo: Editora UNESP, 1991.

GASKELL, G. **Entrevistas Individuais e Grupais**. In: BAUER, M. W.; GASKELL, G. Pesquisa Qualitativa com texto, imagem e som. 8. Ed. Petrópolis: Vozes, 2010.

GALLIAN, D.M.C. A Desumanização do comer. **Estudos Avançados**. n. 21, v. 60, n. 21, p. 179-184, 2007.

GEERTZ, C. **A interpretação da cultura**. Rio de Janeiro: LTC,1989.

GILL, R. **Análise de Discurso**. In: BAUER, M. W.; GASKELL, G. Pesquisa Qualitativa com texto, imagem e som. 8. ed. Petrópolis: Vozes, 2010.

JOVCHELOVITCH, S,; BAUER, M. W. **Entrevista Narrativa**. In: BAUER, M. W., GASKELL, G. Pesquisa Qualitativa com texto, imagem e som. 8. ed. Petrópolis: Vozes, 2007.

LAPLATINE, F. **A descrição etnográfica**. Paris: Armand Colin, 2005.

LE BRETON, D. **A sociologia do corpo**. Rio de Janeiro: Vozes, 2006.

LÉVI-STRAUSS. C. **Antropologia Estrutural**. São Paulo: Cosac & Naify, 2008.

LIMA, V. C. **Anatomia do Acarajé Salvador**. 1 ed. Salvador: Corrupio, 2010.

LOIZOS, P. **Vídeo, filme, fotografias como documentos de pesquisa**. In: Bauer, M. W.; GASKELL, G (Ed.). Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som. 6 ed. Petrópolis: Vozes, 2007.

MACIEL, M. E. Cultura e alimentação ou o que tem a ver os macaquinhos de Koshima com Brillat-savarin? **Horizontes Antropológicos**. Porto Alegre, ano 7, n. 16, p. 145-156, Porto alegre, 2001.

MACIEL, M. E. Uma cozinha à brasileira. **Estudos Históricos**. n. 33, Rio de Janeiro, 2004.

MAIA, D. S. A feira de gado na cidade: encontros, conversas e negócios. **Revista Formação**, n. 14, v. 1, São Paulo, 2002.

MARTINS, D. D. Edição semidiplomática de documentos manuscritos: uma proposta de estudos da história de feira de Santana. III Encontro Estadual de História: Poder, Cultura e Diversidade. 10. 2006. **Anais...** Caetité: UNEB, 2006.

MASCARENHAS, G.; DOLZANI, M. C. S. Feira livre: Territorialidade popular e cultura na metrópole contemporânea. **Ateliê Geográfico**. Goiânia, v. 2, n. 4, p. 72-87, 2008.

MASCARENHAS, G.. **Espaços Públicos e Modernidade: o advento das Feiras Livres na Cidade do Rio de Janeiro**. Disponível em: <http://www.anpur.org.br/revista/rbeur/index.php/shcu/article/view/1190/1165>. Acessado em 28 de Fevereiro de 2013.

MATTOSO, K. Q. **Da revolução dos alfaiates à riqueza dos baianos no século XIX**: itinerário de uma historiadora. Salvador: Corrupio, 2004.

MARQUES, R. H. **Festa da Boa Morte e Glória**: ritual, música e performance. 2008. 318f. Tese (Doutorado em Antropologia Social). Universidade de São Paulo, 2008.

MENEZES, W. A. **Hino do município de Cachoeira**. Disponível em: [http://pt.wikisource.org/wiki/Hino\\_do\\_munic%C3%ADpio\\_de\\_Cachoeira](http://pt.wikisource.org/wiki/Hino_do_munic%C3%ADpio_de_Cachoeira). Acessado em 28 de Fevereiro de 2013.

MINAYO, M. C. S. **O desafio do conhecimento: pesquisa qualitativa em saúde**. 11 ed. São Paulo: Hucitec, 2008.

MINNAERT, A. C. S.; FREITAS, C. S. F. Práticas de higiene em uma feira livre da cidade de Salvador (BA). **Ciência & Saúde Coletiva**, Rio de Janeiro, v. 15, p. 1607-1614, 2010.

MONTANARI, M. **Comida como cultura**. São Paulo: Editora SENAC, 2008.

MOTT, L. **Feiras e Mercados: pistas para a pesquisa de campo**. In: FERRETTI, S. Reeducando o olhar: estudos sobre feiras e mercados. São Luiz: UFMA, 2000.

NASCIMENTO, A.B. N. **Comida: prazeres, gozos e transgressões**. 2. ed. Salvador: Edufba, 2007.

OLIVEIRA, R. C. **O trabalho do antropólogo**. São Paulo: Editora UNESP, 2006.

SANTOS, E. F. **O poder dos Candomblés: Perseguição e resistência no Recôncavo da Bahia**. Salvador: EDUFBA, 2009.

SANTOS, L. L. **o comer no mercado: a comensalidade baiana no contexto da “revitalização” do Mercado do Peixe, Salvador, Bahia**. Salvador-Bahia. 2012. 212f. Dissertação (Mestrado em alimentos, nutrição e saúde). Universidade Federal da Bahia, 2012.

SANTOS, L. A. S. **O corpo, o comer e a comida: um estudo sobre as práticas corporais e alimentares cotidianas a partir da cidade de Salvador- Bahia**. 2006. 349f. Tese (Doutorado em Ciências Sociais com concentração em Antropologia). Pontifícia Universidade Católica de São Paulo-SP, 2006.

SILVA, D. O, RECINE, E. G. I. G, QUEIROZ, E. F. O. Concepções de profissionais de saúde da atenção básica sobre a alimentação saudável no Distrito Federal, Brasil. **Caderno de Saúde Pública**. Rio de Janeiro, vol.18, n.5, Rio de Janeiro, 2002.

SILVA. V. D. Sedução e controle: a dualidade das mensagens midiáticas na área de alimentação e saúde. Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 28. 2005. **Anais...** Rio de Janeiro: UFRJ, 2005.

TURATO, E. **Tratado de metodologia clínico-qualitativa**. Petrópolis: Vozes, 2003.

VALENTE, F.L.S. **Segurança Alimentar e Nutricional: transformando natureza em gente**. In: VALENTE, F. L. S. Direito Humano à Alimentação – desafios e conquistas. 1.ed. São Paulo: Cortez, 2002.

VENDANA, V. **No mercado tem tudo que a boca come**. Estudo Antropológico da duração das práticas de mercado de rua do mundo urbano contemporâneo. 2008. 258f. Tese (Doutorado em Antropologia Social) - Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2008.

WESTPHAL, M. F.; BÓGUS, C. M.; MARTINS, M. C. F. N. Métodos Qualitativos em nutrição e saúde pública. In: TADDEI, J. A. **Nutrição em saúde pública**. 1 ed. Rio de Janeiro: Rubio, 2011, v. 1, p. 2011.

## APÊNDICES

## APÊNDICE I - ROTEIRO DE OBSERVAÇÃO



UNIVERSIDADE FEDERAL DA BAHIA  
ESCOLA DE NUTRIÇÃO  
MESTRADO EM ALIMENTOS, NUTRIÇÃO E SAÚDE  
NÚCLEO DE ESTUDOS E PESQUISAS EM ALIMENTAÇÃO E  
CULTURA – NEPAC

PROJETO DE PESQUISA: Corporalidades, Comensalidades e  
Alimentação Saudável na Bahia: Um estudo sobre as práticas corporais e  
alimentares em camadas populares sob a ótica da promoção da alimentação  
saudável.

SUBPROJETO: Comensalidade e Alimentação Saudável:  
estudo em um mercado popular de um município da região do  
Recôncavo da Bahia, Brasil.

### ROTEIRO DE OBSERVAÇÃO

**CAMPO I** - Primeiras impressões - Descrição do campo, da comensalidade, dos comensais e dos comerciantes, primeiras impressões.

**CAMPO II** - Primeiras impressões - Descrição do campo, da comensalidade, dos comensais e dos comerciantes. Observação mais voltada para a organização do mercado e os sujeitos que o frequenta.

**CAMPO III** - Espaço de comensalidade – os bares externos e alguns internos no térreo (salgados e petiscos), bares do mercado (petiscos - andar de cima), barracas de acarajé e barraca de mingau (na entrada do mercado) e restaurantes-barracas da feira (apenas em dia de feira).

**CAMPO IV** - Espaço de comensalidade - restaurantes do mercado (térreo), restaurantes do mercado (andar de cima) e restaurantes-barracas da feira (apenas em dia de feira).

**CAMPO V** - Espaço de comensalidade – O comer do feirante no mercado – Todo o mercado é um espaço de comensalidade e restaurantes-barracas da feira (apenas em dia de feira).

**CAMPO VI** - Entrevistas – Comensais

**CAMPO VII** - Entrevistas – Feirantes (quem faz comida)

**CAMPO VIII** - Últimas observações.

## APÊNDICE II - ROTEIRO DE ENTREVISTAS



UNIVERSIDADE FEDERAL DA BAHIA  
 ESCOLA DE NUTRIÇÃO  
 NÚCLEO DE ESTUDOS E PESQUISAS SOBRE ALIMENTAÇÃO E  
 CULTURA – NEPAC

PROJETO DE PESQUISA: Corporalidades, Comensalidades e Alimentação Saudável na Bahia: Um estudo sobre as práticas corporais e alimentares em camadas populares sob a ótica da promoção da alimentação saudável.

SUBPROJETO: Comensalidade e Alimentação Saudável: estudo em um mercado popular de um município da região do Recôncavo da Bahia, Brasil.

### ROTEIRO DE ENTREVISTAS

Consumidores

Data: / /

#### BLOCO I – Primeiro contato - Dados de identificação

- Apresentação do propósito da entrevista, do termo de consentimento e acordos (tempo, uso de gravador e a utilização de material produzido);

**Nome:**

**Idade:**

**Escolaridade:**

**Frequência ao mercado:**

**Local /estabelecimento:**

**Naturalidade:**

**Religião:**

**E-mail:**

**Bairro onde mora:**

**Telefone:**

**Melhor horário p/ entrevista:**

**Entrevistadoras:** Michele Oliveira

**Orientadora:** Ligia Amparo

## **BLOCO II – A comensalidade**

- Em relação ao seu consumo procurar buscar o que o sujeito come, como come, com quem come, porque come, com que frequência e o que mais gosta de comer;
- Como vê o consumo das comidas populares (buscar extrair o que o sujeito entende sobre comidas do mercado, procurando os significados dados as mesmas pelo o sujeito e para a cidade no que tange os costumes);
- A prática de consumo de comidas populares: quanto, quando, como e com que e com quem. Informações sobre a frequência, as formas, locais e os contextos de consumo, as companhias, as decisões do que, do quanto e de como comer;
- As permanências e a mudanças nas práticas de consumo de comidas do mercado: o que mudou ao longo do tempo em relação às questões anteriores. Explorar a relação tradição e modernidade no consumo.

## **BLOCO III – Alimentação Saudável**

- O que ele entende sobre o comer saudável. Abordar noções do conceito e significações da comida e do saudável separadamente;
- Como ele entende o comer bem, comer melhor e o “comer saudável”. Este último como um só elemento. A percepção do sujeito sobre alimentação saudável. Como ele identificar o saudável no seu consumo;
- A relação do sujeito com o consumo nos tempos da alimentação saudável. A prática das mudanças no cardápio do cotidiano e no consumo dito atípico (finais de semana, festas e outros). O objetivo aqui é saber se houve mudanças no seu consumo e quais e a relação do comer cotidiano com o comer saudável

## **BLOCO III - Feirantes (quem faz e vende a comida)**

- O fazer – Identificar as principais refeições vendidas. Orientações de como se faz tais preparações (procurar fazer no momento em que se prepara a comida).

Identificar noções de uma comida bem preparada e se tais estão associadas a percepção do fazer saudável;

- O vender – O porquê das preparações ali vendidas. A percepção do vendedor em relação aos seus clientes - quem são, de onde são, como gostam de comer e porque consomem.

## APÊNDICE III - TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO



UNIVERSIDADE FEDERAL DA BAHIA  
ESCOLA DE NUTRIÇÃO  
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ALIMENTOS, NUTRIÇÃO E  
SAÚDE

### **Termo de Consentimento Livre e Esclarecido**

Prezado (a) senhor (a),

Você está sendo convidado a participar da pesquisa intitulada “Comensalidade e Alimentação Saudável: estudo em um mercado popular de um município da região do Recôncavo da Bahia, Brasil”. Após ser esclarecido (a) sobre as informações do projeto, e aceitando fazer parte do estudo, assine ao final deste documento, que está em duas vias. Uma delas é sua e a outra é da pesquisadora responsável.

O objetivo do trabalho é compreender a comensalidade popular em um mercado municipal de uma cidade do Recôncavo Baiano, suas mudanças e permanências, bem como as interfaces com o discurso da alimentação saudável. Para a execução da pesquisa serão realizadas entrevistas e observação da dinâmica do Mercado municipal de Cachoeira-Ba.

Ao participar desta pesquisa o senhor (a) não terá nenhum benefício direto. Entretanto, espera-se que este estudo possa construir conhecimentos sobre a dinâmica da produção, comercialização e consumo de comidas populares no contexto atual, como também contribuir para compreender as dinâmicas da comensalidade contemporânea dos baianos. De forma que o conhecimento que será

construído a partir desta pesquisa possa cooperar na elaboração de propostas e ações que visem à melhoria da qualidade de vida e de saúde das pessoas onde os pesquisadores se comprometem a divulgar os resultados obtidos em relatórios oficiais, revistas científicas e eventos.

A sua participação será confidencial e todos os dados referentes à sua pessoa serão exclusivos para a pesquisa em questão e de inteira responsabilidade da pesquisadora, que garante anonimato e total sigilo, assegurando a privacidade das informações fornecidas.

Em caso de dúvidas, poderá procurar o Comitê de Ética em Pesquisa da Escola de Nutrição da Universidade Federal da Bahia localizado na Rua Araújo Pinho nº 32, Canela ou pelo telefone (71) 3283-7700, e, ainda, você poderá procurar por mim, Michele Oliveira dos Santos (pesquisadora responsável) no mesmo endereço.

Atenciosamente,

---

Michele Oliveira dos Santos  
(pesquisadora responsável)

## CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO

Eu, \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_ aceito participar da pesquisa intitulada “Comensalidade e Alimentação Saudável: estudo em um mercado popular de um município da região do Recôncavo da Bahia, Brasil”. Fui devidamente informado (a) e esclarecido (a) sobre a pesquisa, os procedimentos envolvidos, assim como os benefícios decorrentes de minha participação. Entendi que posso sair a qualquer momento do estudo, sem prejuízo algum. Sei que meu nome não será divulgado e que não terei despesas e não receberei dinheiro por participar do estudo. Confirmando que recebi cópia deste termo de consentimento e autorizo a execução do trabalho de pesquisa e a divulgação dos dados obtidos neste estudo desenvolvido por Michele Oliveira dos Santos, mestranda do Programa de Pós-Graduação em Alimentos, Nutrição e Saúde da Escola de Nutrição da Universidade Federal da Bahia.

Cachoeira \_\_\_\_/\_\_\_\_\_/\_\_\_\_\_

---

Participante

---

Michele Oliveira dos Santos (pesquisadora)

## APÊNDICE IV – PERFIL DE ALGUNS ENTREVISTADOS

É mulher forte, guerreira, ousada e lutadora. É muitíssimo autêntica. Tem problemas com a obesidade. Come aquilo que gosta, entretanto tem suas restrições impostas por ela mesma, por necessidade de privação (saúde), mas foge habitualmente. O trabalho é imperante. O corpo e a comida parecem existir para manter o corpo trabalhador. Tem um discurso bem definido em relação ao discurso do outro, ao saudável do outro. A fé, sua coragem e persistência estão à frente nas resoluções dos seus problemas, inclusive de saúde. (Diário de campo)

É comunicativo e acolhedor. Aprendeu o ofício com seus pais também feirantes no passado. Se prende ao gosto e a vontade de comer. Seu ponto de comensalidade não é tão fixo como os dos demais entrevistados. Não se “aperta” com nada. Se o espaço não é aprovado pelo seu crivo, ele escolhe outro. Para ele essa é a lei de sobrevivência do comércio no mercado. (Diário de campo)

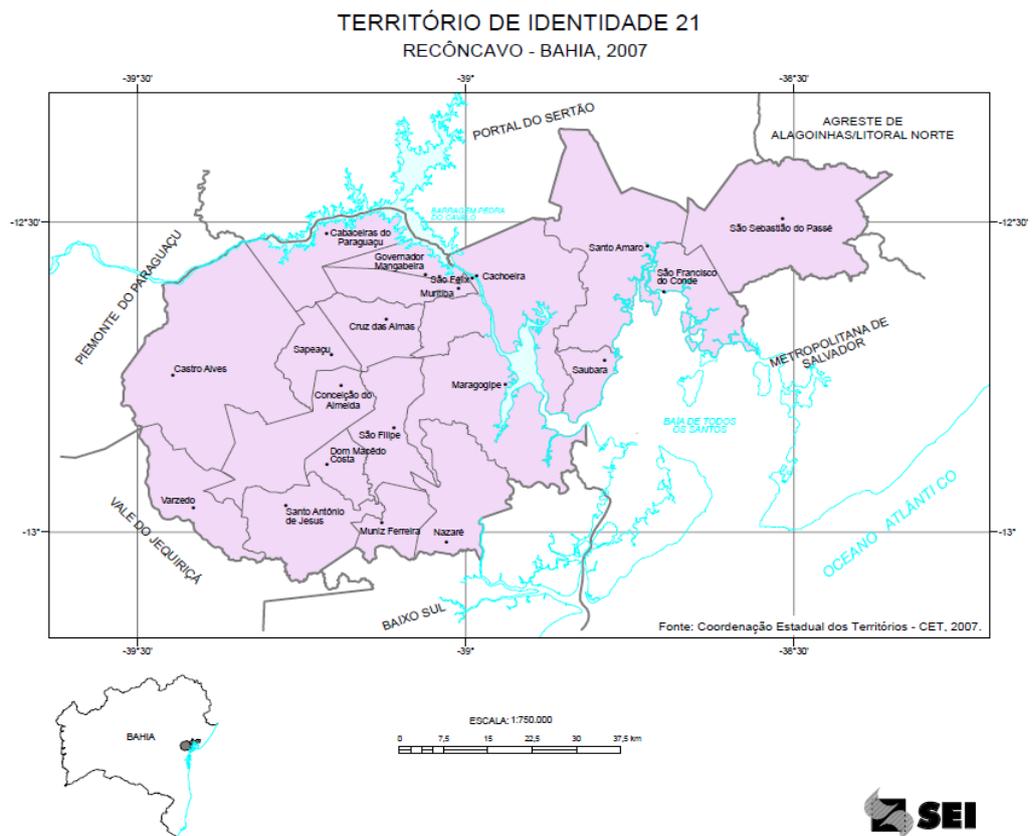
Não tem religião específica e estuda hebraico por conta própria. Tem os seus pensamentos bem autênticos. Seu discurso está muito ligado ao gosto, a casa e ao que faz. Esses três itens aliados parecem formar os critérios para uma boa comida, um comer bem. O “estar bem” faz parte constante da sua vida. (Diário de campo)

Tem um discurso bem característico dos evangélicos. É famosa por conta do cozido vendido do lado de fora da feira. Fazia um dia que tinha ido a uma consulta com a nutricionista e repetia todo o discurso. Pareceu-me, inicialmente, descontente com o comer, referindo pouca importância. É bem humorada e bastante acolhedora. (Diário de campo)

É uma das vendedoras mais antigas do mercado (feira), aprendeu com a irmã que também trouxe a experiência adquirida com os antepassados. É simples, veio da zona rural e ganhou da prefeitura um quiosque no bairro onde mora por conta da tradição de sua família. Numa primeira impressão me pareceu fechada, mas no final foi imensamente acolhedora. Em seu discurso se percebe muito a fartura apreendida desde a infância e percebe-se um sentido próprio de alimentação saudável que ocorre através de modificações “pequenas” na comida. (Diário de campo)

**ANEXOS**

**ANEXO I – MAPA AMPLIADO DO RECÔNCAVO BAIANO - FONTE:  
SUPERINTENDÊNCIA DE ESTUDOS ECONÔMICOS E SOCIAIS DA BAHIA (SEI)**



**ANEXO II - ESQUEMA AMPLIADO DE REPRESENTAÇÃO DO MERCADO DE CACHOEIRA COM AS CARACTERÍSTICAS DA “CASA” E DA “RUA”.**



**ANEXO III – PROJETO E SUB-PROJETO – CACHOEIRA-BAHIA DE  
FOTOGRAFIAS PET NUTRIÇÃO**



UNIVERSIDADE FEDERAL DA BAHIA  
ESCOLA DE NUTRIÇÃO  
Programa de Educação Tutorial (PET)

**COMENSALIDADE BAIANA: Uma memória fotográfica**

Projeto apresentado pelos alunos da Escola Nutrição da Universidade Federal da Bahia como forma de rendimento científico para o Programa de Educação Tutorial – PET e acompanhado pela Tutora Lígia Amparo da Silva Santos.

**Salvador, 2011**

## **Introdução**

O ato de comer é uma necessidade da sobrevivência humana, uma vez que somos seres heterótrofos, ou seja, adquirimos os nossos alimentos do meio externo. Alimentar-se é um ato nutricional, comer é um ato social, pois se constitui de atitudes, ligadas aos usos, costumes, protocolos, condutas e situações (SANTOS, 2008).

O curso de nutrição tem por finalidade promover a formação de profissionais que exerçam um papel de educadores quanto à alimentação e nutrição, promovendo hábitos alimentares saudáveis e compatíveis às necessidades fisiológicas de cada indivíduo. Fecha-se em um pragmatismo acadêmico alheio, na maioria das vezes, ao censo comum e ao conhecimento popular que trás em si os valores identitários de um povo, dissociando os hábitos alimentares saudáveis dos seus valores socioculturais e distanciando-se da integração entre a ciência e a cultura alimentar local.

Existe uma corrente de pesquisadores que buscam colaborar com a discussão da educação nutricional saudável tendo como ponto de partida a cultura e os valores sociais nela inserido. Esta ação promove a integração social a partir do momento que se pensa na nutrição desde a escolha e seleção dos alimentos, o preparo e, por fim, o ato de comer de forma coletiva, proporcionando a sociabilização dos indivíduos seja por comunicação verbal ou corporal. Para isso, o estudo sobre a comensalidade e a corporeidade dos hábitos alimentares de uma sociedade é fundamental para que se possam associar cada vez mais os hábitos nutricionais aos valores socioculturais.

Fotografar é imortalizar um fato ou acontecimento em um dado momento e localidade. É uma forma de registrar cenas do cotidiano e preservá-las para a posteridade. Desta forma a fotografia tem um papel protagonista na construção e preservação dos fatos históricos ao longo do tempo. Esta pode servir como suporte para o registro das relações comensais e corporais no ato de comer, possibilitando uma análise na evolução nutricional dos indivíduos ao longo do tempo.

## **Objetivo geral**

Registrar a comensalidade baiana através do recurso fotográfico para promover o exercício prático da temática em questão.

## **Objetivos específicos**

- Obter registros fotográficos dos espaços, dos sujeitos, do comer e da comida, com fins de despertar a curiosidade e levantar questões para futuras discussões.
- Observar a comensalidade em diferentes localidades, procurando estabelecer relações entre os fatores que caracterizam cada espaço;
- Contribuir com estudantes e/ou profissionais da área da nutrição através de uma ferramenta que constrói conhecimento sobre o hábito alimentar dos indivíduos-alvo.

## **Justificativa**

O projeto de fotografias sobre a comensalidade baiana surge como um ponto de partida na promoção de um maior contato, sobretudo dos alunos do curso de nutrição, com os fatores culturais enraizados na população e que motiva a escolha dos alimentos, bem como suas preferências e as relações do prato com as sensações despertadas naqueles que os consomem, uma vez que o registro fotográfico pode pautar discussões, a fim de tornar a relação do indivíduo com a comida, uma temática cada vez mais comum, especialmente no campo da nutrição. A compreensão desses pontos pode tornar o estudante e futuro profissional da área de alimentos, mais completo uma vez que compreende melhor a população de estudo.

## **Materiais e métodos**

O trabalho será desenvolvido em quatro etapas compostas por capacitação, coleta de dados, análise dos dados e exposição.

A capacitação compreenderá a primeira etapa na qual serão expostos os conhecimentos básicos sobre fotografia e os estudantes PET serão instruídos também sobre os principais aspectos que devem ser considerados no desenvolvimento do projeto.

A equipe será dividida em 3 duplas para realização do trabalho de campo. Este ocorrerá no período inicial de uma semana, onde serão visitados pontos de comercialização de alimentos prontos, como feiras, mercados, calçadas, praças de alimentação, restaurante *self service*. As fotos serão tiradas com devida autorização. Essa etapa passará por novos períodos de coleta das fotografias.

A análise de dados será realizada com seleção das fotos que mais se adaptarem ao objetivo do estudo após sofrerem discussão dos participantes. As fotografias serão expostas em eventos com temáticas pertinentes, visando à realização de exposições recorrente e proporcionais ao aumento do acervo fotográfico.



UNIVERSIDADE FEDERAL DA BAHIA  
ESCOLA DE NUTRIÇÃO

Programa de Educação Tutorial (PET)

**SUB-PROJETO DE FOTOGRAFIA - CACHOEIRA**

**Objetivo geral**

Registrar e interpretar a comensalidade baiana e seus espaços no mercado municipal da cidade de Cachoeira - Bahia

**Objetivos específicos**

- Conhecer a cidade, o mercado e sua historicidade;
- Registrar fotograficamente o mercado e seus sujeitos, a comida e o comer com fins de identificar questões para futuras discussões;
- Identificar aspectos socioculturais relacionados à alimentação no recôncavo baiano através da fotografia.

**Materiais e métodos**

O trabalho será desenvolvido em três etapas que são a produção do material empírico – as fotografias, análise e seleção das imagens e exposição e produção do relatório final. A etapa de coleta será realizada no mercado municipal de Cachoeira nos dias 09 e 10 de Novembro de 2012.

A equipe será dividida em duplas para realização do trabalho de campo, que consiste em visitas e registros fotográficos nos pontos que comercializam de alimentos dentro do mercado supracitado. As fotos serão tiradas com devida autorização.

A análise de dados será realizada com seleção das fotos que mais se adaptarem ao objetivo do estudo após discussão dos participantes. As fotografias serão expostas em eventos com temáticas pertinentes.