

Nº 06

2021



# RICSS

REVISTA INTERDISCIPLINAR DE CIÊNCIAS SOCIAIS E SAÚDE



**Revista Interdisciplinar de Ciências Sociais e Saúde – RICSS / ISSN 2318-3845**  
Publicação semestral da Faculdade de Ciências Sociais Aplicadas- FACISA, em  
via impressa e eletrônica: <http://facisaba.com.br/ricss>

**Centro de Ensino Superior do Extremo Sul da Bahia – CESESB**

Presidente: José Francisco Saraiva Filho

**Faculdade de Ciências Sociais Aplicadas – FACISA**

Diretor Administrativo/Acadêmico: Jackson Cordeiro de Almeida

**Editor**

Dr<sup>a</sup>. Geíse Pinheiro Pinto

**Editor – Assistente Professor**

Ms. Emanuel Vieira Pinto

**Diretor Executivo**

Dr. Jackson Cordeiro de Almeida

**Conselho Editorial**

Eros Bittencourt Shigeto, FACISA, BR  
Fernanda Spagnol Paganoto, FACISA, BR  
Fernando Teles Pasotto, FACISA, BR  
Josiene Andrade de Jesus, FACISA, BR  
Nathália dos Santos Lima, FACISA, BR  
Selma Cunha, FACISA, BR  
Uillians Volkart de Oliveira, FACISA, BR

Toda correspondência deve ser enviada para: Rod. BR 101, 1130, Itamaraju -  
BA, 45836-000 (73) 3294-2644



## **EDITORIAL**

A RICSS Revista Científica da Faculdade de Ciências Sociais Aplicadas - FACISA publica sua quinta edição com produção de conhecimentos interdisciplinares com a intenção de viabilizar a produção científica e o enfrentamento dos anseios do cotidiano e consolidando como um dos principais meios de produção de conhecimento da IES com a intenção de divulgar e colaborar com o conhecimento científico e os desafios da vida acadêmica.

As publicações aqui apresentadas apresentam temáticas diversas com subsídios de estratégias em âmbito interdisciplinar têm o objetivo de colaborar de forma significativa para o engrandecimento da IES, abrindo oportunidades para a produção de trabalhos que enriquecerão tanto o leitor quanto o produtor influenciando as políticas públicas e outros seguimentos para o engrandecimento daqueles que se inseriram direta ou indiretamente no processo do ensino aprendizagem.

Com a proposta de tratar de indicadores econômicos e sociais viabilizando aos discentes, docentes e sociedade externa esse espaço de tanta importância no mundo acadêmico.

Por fim, registro na obra publicada todo o nosso empenho em melhorar cada edição reunindo trabalhos significativos para o engrandecimento pessoal tanto dos que publicaram quanto dos leitores.

Professor Doutor Jackson Cordeiro de Almeida  
Diretor Executivo



## SUMÁRIO

DESPERDÍCIO ALIMENTAR: A EDUCAÇÃO COMO CONSCIENTIZAÇÃO SUSTENTÁVEL.....	05
MEDIDAS PREVENTIVAS E TERAPÊUTICAS CONTRA O BRUXISMO E APERTAMENTO: UMA REVISÃO DE LITERATURA.....	28
ALIMENTAÇÃO SAUDÁVEL E O RETORNO DA HORTA DOMÉSTICA.....	38
BIOSSEGURANÇA EM LABORATÓRIOS DE ANÁLISES CLÍNICAS E MICROBIOLÓGICAS: UMA ABORDAGEM GERAL.....	64
PREPARO DO CORTE DA PICANHA: ANÁLISE DE PREFERÊNCIA DOS CONSUMIDORES NO CONSUMO DESTA PROTEÍNA BOVINA.....	77
AUTONOMIA DO IDOSO NA DIABETES MELLITUS: ANALISANDO AS TECNOLOGIAS EDUCACIONAIS PARA O AUTOCUIDADO.....	103
MARKETING: UM ESTUDO DE CASO DA FRANCHISING FRANQUIA) NO RAMO DE DOCES FINOS NO MUNICÍPIO DE ITAMARAJU-B.....	122
SUSTENTABILIDADE NA GASTRONOMIA: REDUÇÃO DO CONSUMO DE ALIMENTOS PROCESSADOS. ITAMARAJU, 2020.....	159
O CONCEITO DO COMFORT FOOD NA GASTRONOMIA: UMA REVISÃO BIBLIOGRÁFICA.....	190



## **DESPERDÍCIO ALIMENTAR: A EDUCAÇÃO COMO CONSCIENTIZAÇÃO SUSTENTÁVEL**

Beatriz RIBEIRO CRUZ<sup>1</sup>  
Gabriela LIMA MORAIS<sup>2</sup>  
Maria Madalena Oliva Souza PIRES<sup>3</sup>  
Thayse FRANÇA TOSTO<sup>4</sup>  
Emanuel Vieira PINTO<sup>5</sup>  
Selma Cunha DOS SANTOS<sup>6</sup>

### **RESUMO**

Esta pesquisa propõe abordar sobre a temática “Desperdício Alimentar: A educação como conscientização sustentável”, que constitui um problema sério no cenário atual e tem como proposta a conscientização deste fenômeno, através da educação, identificando o quanto o desperdício exagerado dos alimentos está principalmente associado ao comportamento humano. Justifica-se este trabalho, pela necessidade de promover a compreensão da importância e prática de um consumo sustentável, bem como combate ao desperdício de Alimentos. Neste sentido, esta ação é um exercício para a cidadania e os princípios da sustentabilidade. Sendo assim, o objetivo deste artigo é conscientizar a população para mudança de comportamento quanto ao desperdício alimentar através do consumo sustentável sem perdas e danos para o meio ambiente. A metodologia utilizada trata-se de uma revisão literária através de uma pesquisa de cunho bibliográfico, numa abordagem descritivo dialético, embasada nas teorias sobre os contextos históricos e conceituais, bem como ações e práticas sobre a temática proposta. Sendo assim, este trabalho pode ser uma contribuição para melhoria do bem-estar e qualidade de vida, bem como, no combate à fome, e aumento da economia.

**Palavras-Chave:** Desperdício alimentar. Educação. Conscientização Sustentável.

### **ABSTRACT**

This research proposes to address Food Waste: Education as sustainable awareness, which is a serious problem in the current scenario and aims to raise awareness through Education, regarding the exaggerated waste of food, and which is mainly associated with human behavior. This work is justified, in order to promote the understanding of the importance and practice for sustainable consumption against the waste of Food. In this

---

<sup>1</sup> Discente do Curso de Tecnólogo em Gastronomia da FACISA/BA.

<sup>2</sup> Pós-graduada em Gestão Ambiental. Docente da FACISA/BA. E-mail: gabriela.lima@facisaba.com.

<sup>3</sup> Especialista Gastronomia e Cozinha Autoral e Didática do Ensino Superior. Docente da FACISA/BA. E-mail: madalena.olivapires@gmail.com.

<sup>4</sup> Doutora em Genética e Biologia Molecular. Docente da FACISA/BA. E-mail: thayse.franca@facisaba.com.

<sup>5</sup> Mestre em Gestão Social, Educação e Desenvolvimento Regional. Docente da FACISA/BA. E-mail: emanuelvieira6@hotmail.com.

<sup>6</sup> Especialista em Gestão de Projetos. Docente da FACISA/BA. E-mail: selmacunha76@hotmail.com.



sense, this action is an exercise for more active citizenship in terms of sustainability, and it is essential to resort to different strategies. Therefore, the objective of this article is to make the population aware of behavioral changes regarding Food Waste through sustainable consumption without losses and damages to the environment. The methodology used is a literary review with bibliographic research, in an approach dialectical descriptive, based on theories of their historical contexts, focused on internet platforms - books, articles and scientific journals, newspapers, decrees and laws, documents that convey occurrences related to the subject in question, in authors, ZARO (2018), AKATU (2003), among others. Therefore, this work can be a contribution to improving well-being and quality of life, as well as, in fighting hunger, and increasing the economy.

**Keywords:** Food waste. Education. Sustainable Awareness.

## 1. INTRODUÇÃO

Esta pesquisa abordar o Desperdício Alimentar e conscientização sustentável que se constitui um problema sério no cenário atual, assim o estudo presente tem como proposta da conscientização sobre este fenômeno o processo educativo quanto ao desperdício exagerado dos alimentos que tem agravado a problemática ambiental. Cabe destacar que essas questões estão associadas, principalmente, ao comportamento humano.

É direito de todos a segurança alimentar e nutricional, o acesso a alimentos de qualidade e quantidade suficiente, nas práticas alimentares saudáveis e, as garantias das necessidades essenciais, sem comprometer os sistemas alimentares futuro, apoiando em bases sustentáveis. Diante disso, o tema deste estudo traz essa gravidade envolvida nessa temática, em que se percebe como a escassez, fome, miséria, empobrecimento, tem aumentado os problemas em níveis micro e macro do desperdício e, dessa forma comprometendo o desenvolvimento de uma nação, com prejuízos, inclusive na economia.

Diante do exposto, é finalidade desta reflexão identificar estratégias possíveis de mudanças dessas práticas. Por isso, importa neste estudo as perguntas: Como sanar o desperdício alimentar que ocorre diariamente? É possível. diante das demandas contra o desperdício, praticar controle para minimizar a situação e desfrutar de mais consumo?

Acredita-se que por meio da Educação é possível compreender o valor dos alimentos, no uso consciente e sustentável. Havendo conscientização da problemática, tende-se mudança dos hábitos praticados, acontecendo o desenvolvimento das cadeias alimentares refletindo na economia, elevando a mentalidade do País.

Nesse sentido, o objetivo da pesquisa constitui analisar as práticas que resultam desperdício e perdas alimentares, e conscientizar a população para mudança de



comportamento através do consumo sustentável sem perdas e danos para o meio ambiente. Justifica-se este trabalho por sua preocupação global, pois os alimentos passam por diversas etapas no fluxo de produção da matéria prima em cada fase do processo, as rotinas e ações, decorrentes de certa funcionalidade ou lógica irresponsável, promovendo a reversão da mentalidade existente, para práticas conscientes no consumo diário.

Atualmente, o desperdício de alimento representa 30% da produção mundial, reduzindo metade desse desperdício, resolveria 25% do problema da oferta, aponta BELICK (2016), que corrobora com os Objetivos do Desenvolvimento Sustentável (ODS); existem “reduzir lixo” e “reduzir fome”, deixando em evidência que acabar com o desperdício de alimentos é necessário (NAÇÕES UNIDAS, 2017).

Segundo SILVA (2017), “as perdas estão diretamente ligadas as quatro dimensões da segurança alimentar: disponibilidade, acesso, uso e estabilidade”. Evitando essas perdas e desperdícios gera grande bônus e rendas para os ecossistemas da terra, além de reduzir a produção e o consumo de alimentos. Evitar o desperdício de alimentos, além dos aspectos sócios ambientais, é uma questão de consciência. Portanto, para que o indivíduo possa transformar seus valores, hábitos e atitudes, a sociedade também precisa ser transformada em seus valores, práticas sociais e ambientais.

## **2. METODOLOGIA**

A metodologia aplicada nesta linha de pesquisa se dá através de achados de cunho bibliográfico. Uma revisão literária voltada às plataformas da internet - livros, artigos e revistas científicos, jornais, decretos e leis, documentos estes que veiculam ocorrências relacionadas à temática em questão, bem como no intuito de reunir informações na tentativa de responder a investigação de algum viés das problemáticas delimitadas. No mais, buscar estratégias palpáveis que venham sanar o desperdício alimentar diário, e desenvolver práticas para minimizar tal ocorrência, além de desfrutar de mais fontes de consumo alimentares um dos principais focos deste trabalho.

Ainda neste contexto, discutir-se-á a literatura vigente numa abordagem descritivo dialética, que para Marconi e Lakatos (2003) serve como um levantamento geral, fornecendo importantes dados atuais e relevantes, relacionados com o tema. Gil (2007) também argumenta que esse tipo de pesquisa tem como objetivo compreender as situações complexas e se familiarizar com os termos e assuntos investigados, de forma



qualitativa, advindos de informações produzidas, e como conhecer os determinados fenômenos do seu conteúdo para vir a aplicar no cotidiano.

### **3. REVISÃO DE LITERATURA**

Todos os dias, no mundo todo, mais de 870 milhões de pessoas passam fome, e o desperdício de toneladas de alimentos vão ao lixo e esses dados, é uma estatística aterrorizante. O descarte mundial é aproximadamente, 1/3 do alimento produzido globalmente, o equivalente a 1,3 bilhão de toneladas anuais.

Os países como os Estados Unidos, Austrália e Inglaterra, onde concentram a maior parte do desperdício no final da cadeia, o percentual descartado ultrapassa um terço da produção. Até mesmo no contexto dos países em desenvolvimento, o desperdício, tanto no varejo e do consumidor é elevado.

Nestes países, as perdas tendem a ser elevadas desde o manejo da lavoura até a pós-colheita. Segundo a FAO (agência das Nações Unidas preocupada em erradicar a fome), o desperdício de alimentos no mundo ocorre ainda na fase inicial da produção, num percentual de 54% que é composta pela manipulação, pós-colheita e pela armazenagem. Os outros 46% do desperdício, ocorrem nas etapas de processamento, distribuição e consumo.

A Campanha do Programa das Nações Unidas para o Meio Ambiente (PNUMA) e a Organização das Nações Unidas para Alimentação e Agricultura (FAO), 2013 lançaram a iniciativa Save Food, os países vem aderindo à campanha na promoção do consumo sustentável de alimentos, estabelecendo suas próprias metas de redução e perdas. Reduzir o desperdício de alimentos, são projeções para 2050, para aumentar a produtividade, consequentemente, diminuir o desperdício e as perdas.

O Brasil é um país de muita desigualdade, e a comida sinaliza riqueza. James Wolfensohn, presidente do Banco Mundial, afirma que a pobreza em meio à abundância é o maior desafio mundial (AKATU. 2003, p.3). As causas para tamanho desperdício são muitas, e os fatores são impactantes. Os dados revelam que cerca de 1,3 bilhão de toneladas de alimentos são perdidos e desperdiçados por ano no mundo inteiro. Os índices de perdas no caso do Brasil são altos, a semelhança das características de países em desenvolvimento, com hábitos de desperdício de países ricos.





O desperdício de alimentos do brasileiro é capaz para alimentar 7,2 milhões de pessoas famintas (PORPINO; PARENTE; WANSINK, 2015). Cascudo (1968) afirma que, o desperdício brasileiro, é uma questão histórica associada com a fartura de alimentos na mesa, que vigora desde o período colonial. A relação entre a abundância de alimento é descrita como prática do período colonial, característica cultural portuguesa absorvida pelo Brasil (CASCUDO, 1968; PORPINO; PARENTE; WANSINK, 2015). Segundo Allan Boujanic, da FAO no Brasil, cerca de 30% de tudo o que é produzido no mundo é desperdiçado e perdido antes de chegar à mesa do consumidor. Isso provoca, segundo a FAO, um prejuízo econômico estimado em US\$ 940 bilhões por ano, o que corresponde a cerca de R\$ 3 trilhões.

O Governo Federal Brasileiro lançou em 2018 a “Semana Nacional de Conscientização da Perda e Desperdício de Alimentos”, para educar a população sobre a importância de combater o desperdício em todas as etapas do processo de produção e no consumo, a exemplo do programa FOME ZERO. Os governos locais, com essa iniciativa foram estimulados a criarem seus próprios programas no combate ao desperdício e à fome, e compra direto do produtor que é o programa da Merenda Escolar - PNAE.

As ONGs e Instituições Privadas têm reunido esforços para implementar ações de conscientização da população e desenvolvimento sustentável das comunidades. O problema do desperdício de alimentos é de grande complexidade na sua resolução, uma vez que requer mudanças na forma de valorização e consumo dos alimentos. Os padrões de consumo apontados pelas estatísticas atuais não são ainda sustentáveis.

O Programa Fome Zero (BRASIL, 2018), é uma ferramenta importante para o produtor na questão da produção dos produtos a serem ofertados. O Brasil, foi muito bem-sucedido na implementação de Políticas de Combate à Fome, no entanto, retardou sua implementação na redução das PDA até 2015, somente abordado em Brasília, na 5ª Conferência Nacional de Segurança Alimentar e Nutricional. A exemplo de outros países, o tema finalmente entrou na agenda brasileira com o Plano Nacional de Segurança Alimentar e Nutricional (PLANSAN, 2016-2019), lançado na forma de desafio, com duas metas relativamente similar, e uma “ação relacionada” na área de Bancos de Alimentos, conforme abaixo:

Meta 12.3: Até 2030, reduzir pela metade o desperdício de alimentos per capita mundial, nos níveis de varejo e do consumidor, e reduzir as perdas de alimentos ao longo das cadeias de produção e abastecimento, incluindo as perdas pós-colheita. Desafio 6.4 – Promover o



abastecimento e o acesso regular e permanente da população brasileira à alimentação adequada e saudável. (ZARO, 2018).

Evidentemente, a proposta exige um tratamento elaborado e planejamento estratégico dos organismos de execução, mas, o desconhecimento técnico e a fragilidade sobre o assunto, não alcançou o esperado para o curto período proposto. A população convive com um grande nível de insegurança e inconstância, um problema de caráter multidimensional, numa problemática social, uma vez que: “é necessário uma abordagem integrada e inovadora para que se consiga assegurar a produção sustentável de alimentos para o consumo humano e, estratégias para combater a fome e o desperdício de alimentos” (EMBRAPA, 2015; PEIXOTO; PINTO, 2016).

Ao diminuir a disponibilidade de alimentos o problema se agrava, pois a população mundial cresce consideravelmente, acentuando cada vez mais a subnutrição (EMBRAPA, 2015). Isto é uma demanda logística e de escala. Há outras questões e contradições que envolvem o desperdício de alimentos, desde problema econômico, tecnológico, ambiental, social, e o mais crucial, a própria fome. Nos países de média e alta renda, o desperdício tem causas atreladas ao comportamento do consumidor, e à falta de coordenação entre os diversos atores na cadeia de suprimentos. Já nos países de baixa renda, o desperdício está diretamente ligado às limitações técnicas, financeiras e de gerenciamento nas técnicas de colheita, armazenamento e instalações de refrigeração, isso tudo em condições climáticas difíceis. Trazer o discurso e o diálogo entre as partes interessadas, facilitando as demandas por meio da educação, da inovação integral, da criação de políticas públicas e estratégias, além de sensibilizar por meio de uma campanha de comunicação global, é o que torna a cadeia sustentável.

O conceito para ‘desperdício alimentar’ é amplo pois, é característico pelos tipos de perdas que ocorrem na cadeia produtiva dos alimentos, que vai da produção até o consumo. O termo desperdício de alimentos (wastage, em inglês) pode ser utilizado, portanto, para se referir à combinação dos termos perda e descarte (embora haja quem prefira a combinação “desperdício e perda”) (PEIXOTO; PINTO, 2016). Considera-se desperdício de alimentos as perdas derivadas da decisão de descartar alimentos que ainda têm valor e se associa, principalmente, ao comportamento dos maiores e menores vendedores, serviços de venda de comida e consumidores. (<http://www.fao.org/americas>).

Os diversos conceitos existentes sobre perdas, desperdícios e resíduos de alimentos são propostos por vários autores e organizações, a definição mais usual é a da Organização das Nações Unidas para Alimentação e Agricultura (FAO), que diz: “Resíduos de alimentos são materiais comestíveis saudáveis destinados ao consumo humano que são descartados, perdidos, degradados ou consumidos por pragas em qualquer ponto da cadeia alimentar” (FAO, 1981). A definição de perdas e desperdícios, seus direcionadores e os estágios das cadeias produtivas onde eles ocorrem, é brevemente apresentado no quadro a seguir.

Conceitos acerca de perdas e desperdícios de alimentos

	Definição	Fatores de ocorrência	Onde ocorrem
Perda	Diminuição da quantidade dos alimentos destinados ao consumo humano	Limitações de infraestrutura. Fatores climáticos e ambientais. Padrões de qualidade, estética ou segurança.	Produção e Colheita Transporte e Armazenagem Processamento e Embalagem
	Alimentos originalmente produzidos para consumo humano, mas que foram descartados ou não foram consumidos.	Decisões feitas por consumidores e empresas. Qualidade, estética ou padrões de segurança	Distribuição Consumo

Fonte: Adaptado de Thyberg e Tonjes (2016).

Stuart (2009) ainda complementa que “o material comestível que é destinado à alimentação humana ou os subprodutos do processamento de alimentos desviados da cadeia também deve ser caracterizado como resíduos alimentares”. A Carta Magna de 1988 (CF) dispõe que é competência da União, dos estados, do Distrito Federal e dos municípios, entre outros, fomentar a produção agropecuária e organizar o abastecimento alimentar, proteger o meio ambiente e combater a poluição em qualquer de suas formas, e preservar as florestas, a fauna e a flora (art. 23, incisos, VI, VII e VIII).

Vários são os dispositivos, artigos e capítulos da Lei que tratam da temática tornando legal a valorização do trabalho humano e da livre-iniciativa. O princípio da defesa do meio ambiente, as incumbências do Poder Público, as responsabilidades do Congresso Nacional em apresentar importantes contribuições ao combate do desperdício de alimentos no Brasil.

Como prerrogativa do Poder Executivo, as iniciativas parlamentares não devem ensejar aumento de despesa pública, sob o risco de serem questionadas quanto à sua constitucionalidade. Nesse sentido, acrescenta-se o disposto no art. 16, da Lei de Responsabilidade Fiscal – LRF (Lei Complementar 101, de 4 de maio de 2000):

Art. 16. A criação, expansão ou aperfeiçoamento de ação governamental que acarrete o aumento da despesa será acompanhado de:

I – estimativa do impacto orçamentário-financeiro no exercício em que deva entrar em vigor e nos dois subsequentes;

II – declaração do ordenador da despesa de que o aumento tem adequação orçamentária e financeira com a lei orçamentária anual e compatibilidade com o plano plurianual e com a lei de diretrizes orçamentárias.

As questões do meio ambiente e segurança alimentar, são tratadas na legislação ordinária relacionadas diretamente às perdas e ao desperdício de alimentos, devem ser consideradas:

- Lei 6.938, de 31 de agosto de 1981, que dispõe sobre a Política Nacional do Meio Ambiente (BRASIL, 1981);
- Lei 9.795, de 27 de abril de 1999, que dispõe sobre a educação ambiental e institui a Política Nacional de Educação Ambiental (BRASIL, 1999);
- Lei 12.187, de 29 de dezembro de 2009, que institui a Política Nacional sobre Mudança do Clima (PNMC) (BRASIL, 2009);
- Lei 12.305, de 2 de agosto de 2010, que institui a Política Nacional e Resíduos Sólidos (BRASIL, 2010);
- Lei 11.346, de 15 de setembro de 2006, que cria o Sistema Nacional de Segurança Alimentar e Nutricional (Sisan), com vistas a assegurar o direito humano à alimentação adequada (BRASIL, 2006).

A implantação e gerenciamento das Políticas Públicas é discutida. Para tanto, buscou-se fornecer um conjunto de legislações, normas e resoluções aplicáveis, além dos passos necessários para elaboração contra seu impacto socioeconômico e ambiental contra as perdas e desperdício alimentar. Entretanto, particularmente no Brasil, requer um esforço maior para torná-las aplicáveis.

O Brasil está na lista dos dez países que mais desperdiçam alimentos no mundo. Por isso, tem desdobramentos diretos nos compromissos assumidos pelos países em marcos estratégicos internacionais, como o Acordo de Paris firmado na 21ª Conferência das Partes da Convenção-Quadro das Nações Unidas; e uma das metas até 2030 junto a FAO, é:



Meta 2.1. “ acabar com a fome e garantir o acesso de todas as pessoas, em particular os pobres e pessoas em situações vulneráveis, incluindo crianças, a alimentos seguros, nutritivos e suficientes durante todo o ano”;

Meta 2.1 (Brasil) “ erradicar a fome e garantir o acesso de todas as pessoas, em particular os pobres e pessoas em situações vulneráveis, incluindo crianças e idosos, a alimentos seguros, culturalmente adequados, saudáveis e suficientes durante todo o ano”;

Meta 12.1 (Nações Unidas) “Implementar o Plano Decenal de Programas Sobre Produção e Consumo Sustentáveis, com todos os países tomando medidas, e os países desenvolvidos assumindo a liderança, tendo em conta o desenvolvimento e as capacidades dos países em desenvolvimento.

Meta 12.1. (Brasil) “Implementar o Plano de Ação para Produção e Consumo Sustentáveis, em articulação com entes federados”.

Meta 12.3: “Até 2030, reduzir pela metade o desperdício de alimentos per capita mundial, nos níveis de varejo e do consumidor, e reduzir as perdas de alimentos ao longo das cadeias de produção e abastecimento, incluindo as perdas pós-colheita”. (Brasil – IPEA, 2018).

Em consonância com os compromissos Internacionais, o Brasil e a Organização das Nações Unidas para a Alimentação e a Agricultura (FAO) uniram forças para a criação do Comitê Técnico de Perdas e Desperdício de Alimentos dados a importância dos conceitos mencionados na meta “Produção sustentável”, entende-se como sendo a incorporação, ao longo de todo o ciclo de vida de bens e serviços, das melhores alternativas possíveis para minimizar impactos ambientais e sociais.

Ressalta-se que a principal razão para a inserção do tema das PDA na CAISAN (Câmara Interministerial de Segurança Alimentar e Nutricional), é a possibilidade de seu alinhamento com o Sistema Nacional de Segurança Alimentar e Nutricional (SISAN) e com as diretrizes da Política Nacional de SAN (Segurança Alimentar e Nutricional), o combate às perdas e desperdício de alimentos deve ser orientado à ampliação do acesso da população a uma alimentação adequada e saudável.

Ao criar o Comitê Técnico de Perdas e Desperdício Alimentar - CT PDA veio ao encontro da recomendação do Painel de Especialistas da FAO (HLPE na sigla em inglês) para que os países promovam um processo inclusivo para determinar pontos críticos, causas das perdas e desperdício em diferentes níveis, possíveis soluções e os graus de intervenção, determinando um plano de ação que inclua os diferentes atores. Contextualizando, o descarte não intencional é chamado de Perda, que ocorre na falta de estrutura adequada, tais como: problemas na colheita, armazenamento ou transporte inadequado dos alimentos. Segundo a definição da FAO:



“Perdas se referem à redução da disponibilidade de alimentos para consumo humano ao longo da cadeia de abastecimento alimentar, sobretudo nas fases de produção, pós-colheita e processamento. Chama-se de Desperdício as Perdas de Alimentos ocorridas ao final da cadeia alimentar (varejo e consumo final), em virtude de comportamentos adotados em estabelecimentos varejistas, restaurantes e domicílios”.

O desafio para aumentar a produção global de alimentos pode vir da diminuição dos alimentos, e uma grande parte do ganho necessário para fazer frentes a outros projetos e investimentos. As perdas e desperdício de alimentos são temáticas para que os países promovam um processo inclusivo para determinar pontos críticos, causas e efeitos das perdas e desperdício em diferentes níveis, possíveis soluções e os graus de intervenção, determinando um plano de ação que inclua os diferentes atores.

### 3.1. ATACANDO O DESPERDÍCIO E PERDAS ALIMENTAR: DESAFIOS E IMPACTOS AMBIENTAIS

As perdas e os desperdícios de alimentos revelam importante retrato da ineficiência da ação dos sistemas alimentares. O Brasil é um dos principais e maiores produtores de grãos de alimentos do planeta e paradoxalmente um dos países que mais desperdiça alimento, em todas as etapas, da plantação, transporte e industrialização, manuseio, até o preparo dentro de casa.

Longe de ser uma moda passageira a produção e o consumo sustentáveis de alimento, devem mostrar mais eficácia nas áreas que demandam a aplicação do conhecimento científico na ampliação da oferta de alimentos com menor impacto ambiental. Em todo o mundo se enfrenta mudanças climáticas e escassez de recursos naturais, não obstante, convive-se com o flagelo da insegurança alimentar, então, reduzir as perdas e o desperdício de alimento devem ser de igual prioridade global.

De acordo com a FAO, órgão da ONU encarregado das políticas alimentares e de abastecimento internacionais, a Segurança Alimentar é a situação em que todas as famílias têm acesso físico e econômico à alimentação adequada para todos os seus membros, sem correr o risco de escassez. As perdas diminuem o poder de compra de alimentos dos membros da família, e diminui a renda disponível para comprar os alimentos básicos para complementar os suprimentos nos períodos de entressafra. Melhorar as estruturas de armazenamento e manuseio contribui para sanar deficiências



sazonais e preservar componentes nutricionais, aumentando a estabilidade do abastecimento alimentar, bem como, a qualidade dos alimentos e sua utilização.

As perdas estão diretamente ligadas as vertentes de segurança alimentar: disponibilidade, acesso, uso e estabilidade.

Entre os fatores mais comuns relacionados às perdas de alimentos, estão a colheita com técnica e maquinário impróprios, a colheita fora de época, o manuseio, armazenamento e embalagem inadequados, a avaliação incorreta do volume de venda no varejo e os maus hábitos de preparo e consumo. A consequência é a perda de receitas para o país e o aumento dos preços, já que os produtores acabam embutindo essas perdas no valor final para o consumidor. (Akatu, 2020).

Além das perdas no estágio inicial (produção), outras quantidades são perdidas durante as fases de processamento, armazenamento e manipulação, e, ao mesmo tempo, aprofundam o uso de recursos naturais na produção de alimentos, pois quanto mais gastos no uso de produtos, mais perdas de recursos tanto dos naturais quanto de suplementos.

“A Educação ambiental consiste num conjunto de postura, ideias e práticas que referendam a relação bastante forte entre a ação educativa, condições sociais específicas e transformação da realidade viva, sujeito e sociedade” (CRUZ, 2010).

Com a sofisticação na elaboração dos pratos gastronômicos, e maior disponibilidade e diversidade de ingredientes, os procedimentos alimentares tornaram-se complexos. Essa oferta forneceu bases para aprimorar as técnicas agrícolas, surgindo novos processos industriais na área alimentícia, que vieram contribuir na redução de esforço humano facilitando a sua atividade e permanência no campo, seu envolvimento com a extração, o cultivo e a ingestão de alimentos em várias cadeias.

A revolução industrial no século 18, trouxe novas máquinas e ferramentas, modificando a vida e o trabalho braçal do homem campestre dando novo caminho aproximando-o da tecnologia e conhecimento científico, também viabilizou o aumento da produção, barateando custo, tornando mais viável e acessível. A mecanização agrícola do século 19, afastou mais uma vez o homem do campo. Porém, propiciou o cultivo intensivo do solo, aumentando a oferta de alimentos. O crescimento da indústria alimentícia, tornou mais produtivo as áreas plantadas em menos espaços e em menos tempo, assimilando processos industriais e tecnológicos, beneficiando as ciências químicas e biológicas para

levar ao consumidor uma infinidade de itens que anteriormente nunca haviam sido ofertados e imaginados.

Outro ponto a destacar, refere-se como a mudança no papel da mulher na sociedade, também, teve sua participação modificada por conta da urbanização e da industrialização. Sua conquista no mercado de trabalho, trouxe serias transformações desde o afastamento da casa e, principalmente, da cozinha, à vida no escritório. É prático os deliveries e festfoods, fazendo parte da modernidade as refeições em estabelecimentos comerciais.

As causas do desperdício são variadas e incalculadas dependendo do país e da cultura regional, da tecnologia, do tipo do produto, da etapa da cadeia, na qual se dá essa perda. A validade dos produtos, a cadeia de frios, a conservação dos alimentos, são fatores a serem considerados, se o produto é perecível ou não, existem produtos alimentares mais suscetíveis a estragarem e, por consequência, a serem desperdiçados com mais facilidade e frequência.

Os “vilões” do desperdício, normalmente apontam os vegetais como mais suscetível do que os produtos animais. Devido ao valor econômico relativamente baixo, comparado com produtos que também são perecíveis e altamente sensíveis à temperatura, eles não recebem o mesmo tratamento de qualidade para conservar o frescor do alimento ao longo da cadeia, devido à sua natureza.

Os estudos lançados pela FAO nos últimos anos, apontam uma grande falta de dados mundiais sobre perda e descarte de alimentos, o que demanda pesquisa, pois a segurança alimentar é uma preocupação na maior parte dos países em desenvolvimento, cuja população é crescente e os recursos naturais (água, solos, energia, fertilizantes) são limitados. Os custos da perda de solos, água e biodiversidade, assim como os impactos negativos nas mudanças climáticas, representam custos enormes para a sociedade, mas que ainda não foram calculados caso a caso (PEIXOTO; PINTO, 2016). Ao tratar do PDA (Perdas e Desperdício de Alimentos), Zaro afirma:

Independentemente do montante de PDA e da linha de possibilidades colocadas pelas políticas públicas, seria importante, já na fase inicial de levantamentos, entender melhor as causas do problema. Ao conhecer as causas originais das PDA, é possível elaborar estratégias e colocar metas a serem cumpridas. Para tanto, seria importante fazer uma rápida diferenciação que já encontra consenso entre o público acadêmico e os policy-makers. Trata-se de separar as perdas do desperdício, identificando o primeiro como um ato involuntário dos agentes





econômicos e, o segundo, como proposital, decorrente dos hábitos culturais e sociais de uma população. (Zaro, 2018 p.13).

Em países subdesenvolvidos, as perdas no início da cadeia de alimento são mais comuns, considerando o baixo aporte tecnológico no manejo das lavouras, carência de estrutura para estocagem da produção e infraestrutura inadequada para escoamento das safras. Diferente dos países de média e alta renda, a maior contribuição para o desperdício vem do consumidor.

Já no contexto da classe média baixa, o desperdício diz respeito a fatores culturais, tais como o gosto pela mesa farta, excesso nas compras, a forma de armazenamento do alimento, até mesmo reaproveitamento e desinteresse pelo consumo das sobras. Os primeiros impactos das perdas são resultantes da colheita inapropriada, associados a outros fatores, como pragas, doenças e desastres naturais. Como o produto estraga rapidamente após a colheita, e geralmente é manuseado de forma rudimentar, acarreta danos físicos e deteriorações fisiológicas e patológicas. Os produtos produzidos no campo, selecionados de boa qualidade para consumo, pelos agricultores, para chegar aos mercados atacadista, varejistas, ao consumidor, ainda em condições apropriadas devem receber o aporte da logística de padronização, distribuição e comercialização, caso contrário, o percentual de perdas acontece por falha desse aporte.

Aumentar a produção agrícola do país e diminuir suas perdas, são condições necessárias para diminuição dos custos dos produtos tornarem compatível com a realidade econômica e o poder aquisitivo da população brasileira. As perdas no campo existem em função da diferença acentuada em relação a tecnificação utilizadas, ou seja, o uso das técnicas modernas e/ou atuais, que podem trazer benefícios para a qualidade do produto ou aumento de produção, como se diz na agricultura (JUNIOR; SOARES, 2014).

A forma empírica e objetiva como acontece a colheita, ou seja, observação natural dos produtores, e o ponto exato de colheita em função do mercado-alvo, acarreta problemas de comercialização e perdas dos produtos. A colheita é fator determinante no campo. Nos problemas pós-colheita, as perdas acontecem pelo uso de embalagens improprias, transporte inadequado, ausência de refrigeração, desconhecimento de técnicas de manuseio, disponibilização inadequada nas gôndolas e excesso de manuseio dos produtos pelos consumidores. Esses acontecimentos classificam as perdas pós-colheita como fisiológicas (ex.: amadurecimento), por injúria mecânica (ex.:



armazenamento em caixas inadequadas) ou fitopatológicas (ex.: ataque por microrganismos).

Seguindo a cadeia de beneficiamento dos alimentos, a água é utilizada em todos os processos pois sem ela não há vida. Dos usos múltiplos da água direcionados para a produção de alimentos temos, em linhas gerais, na produção de alimentos, no uso agrícola e industriais. A água, recurso natural é elemento indispensável a sobrevivência e a vida. Fornece e beneficia todos os etapas e atividades humanas e indispensável para a sobrevivência da maioria dos organismos vivos promovendo saúde. A água é também um alimento rico em minerais, e ainda excelente para a absorção de hidrossolúveis, que são as vitaminas do complexo B e vitamina C e A. A água representa um elemento primordial para cada setor e presente em todos os processos e atividades humanas que não cabe aqui elencar. Tem seu ápice na Pegada Hídrica. O aproveitamento da água nos projetos de irrigação dando prioridades os ciclos de produção.

Na produção de alimentos na agricultura, é necessário um critério de otimização da água nos projetos de irrigação dando prioridade ao ciclo da cultura por gotejamento, que pela utilização do processo de irrigação anteriormente, costuma representar o maior consumo de água. No Brasil, calcula-se que a agricultura é maior consumidor de quantidade de água, comparando com a indústria e consumo doméstico.

O perfil do nível do consumidor encontrado, identifica-se com o planejamento de compra insuficiente e características comportamentais associados à cultura de consumo tendencioso ao desperdício. Fatores como a rotulagem e embalagem contribuem também para perdas. O consumidor se mostra cada vez mais exigente buscando qualidade e varejo, e isso leva ao descarte de alimentos, ainda na fase da colheita, por não enquadrar aos padrões estéticos exigidos por algumas redes atacadistas.

Os fatores para o descarte de alimento apropriado para o consumo por motivos estéticos vão desde o peso, tamanho, formato até a coloração. Na mais valia do uso eficiente de recursos naturais significa geração de maior ganho com a utilização de menor investimento de recursos. Aumentando a demanda e consumo, a consequências é inevitável, pois aumenta a procura e diminui a oferta da produção, especialmente quando o aumento da população, a renda e o número de consumidores que escolhem estilo de vida saudável também crescem.

Desta forma, são necessárias práticas relacionadas à aquisição de produtos e serviços que visam diminuir ou até mesmo eliminar os impactos ao meio ambiente com comprometimento da conservação dos recursos naturais para esta e futuras gerações.

Assim, num contexto individual, a responsabilidade aumenta quanto ao que fazemos uso para obter o consumo consciente, no que tange ao desperdício e perdas de alimentos. Desse modo, mudanças de hábito, mesmo pequenas fazem grande diferença na educação, em níveis considerados sustentáveis, num cenário que busca construir padrões de consumo, incluindo mudanças na alimentação e uso doméstico quanto ao desperdício.

### 3.2 PERDAS E DESPERDÍCIOS DE ALIMENTOS: UM DESAFIO PARA O DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL

O ser humano tem se afastado de sua essência cada vez mais, e a natureza que um dia já foi seu habitat natural, também deixou de ser sua identidade. No passado, nossos ancestrais permaneceram durante milhares de anos vivendo da coleta, eram silvícolas, silvestres e herbívoras. Somente mais tarde iniciaram o uso do fogo para a preparação de alimentos. Permaneciam longas horas observando a natureza, contemplavam as estrelas, valorizavam o sabor e o prazer de se alimentar, tendo o domínio sobretudo da criação.

Desde a Antiguidade, a busca pela saúde, através da alimentação é projeto natural do homem, como cita o filósofo grego Hipócrates: “O alimento seja seu medicamento e o medicamento seja o seu alimento”. (BASHO, 2010, p. 49). Porque o princípio básico da boa saúde, é de fato, uma boa alimentação. A alimentação, é um tema que se discute e não está isolado ao da fome, do consumo, do desperdício e perdas, da má-distribuição de recursos e do próprio alimento.

Segundo a Organização das Nações Unidas, alimentar-se é um ato que projeta mais que sobrevivência, é a permissão a uma vida saudável e ativa, dentro dos padrões culturais de cada local do Planeta. Porém o mundo mudou na sua trajetória. A evolução tecnológica e globalizada, a agricultura com insumos químicos e agrotóxicos, a industrialização dos alimentos tornaram o mundo dependente de poucas culturas, fragmentando o todo, em função dos especialistas, criando um cenário de monotonia alimentar, distúrbios e endemias, de obesidade ou má-nutrição crônica, diretamente relacionados com o déficit nutricional promovido por esse sistema agroalimentar. Um



mundo de famintos, onde se vê exagerada oferta de mercadorias e não de comida de verdade, perda da cultura regional dos alimentos, da sazonalidade e da perpetuação da biodiversidade.

Atualmente a sociedade discute temáticas como: aumento do desmatamento, destruição de solos e de nascentes, a fragmentação de habitats, a geração de lixo, como jamais visto até o momento, além do esgotamento dos recursos naturais, exigindo da humanidade novas formas de agir e de pensar.

Deste modo, as teorias e avanços metodológicos são vistos como recursos, gerando conhecimento com aplicabilidade aos problemas reais. Num Brasil desigual como o nosso, carente de conhecimento, muito é preciso para erradicar o desperdício, a desigualdade, a violência no campo e na cidade, a insegurança alimentar, entre outros problemas socioeconômicos.

As Políticas Públicas e Ciências Sociais em suas pesquisas e aplicações, com suas evidências empíricas, constroem ações favoráveis no momento que mudam o panorama, acelerando o ritmo do desenvolvimento, construindo riquezas que desacelera o desperdício alimentar e suas perdas. O nosso País tem preocupação contínua e trabalha em projetos de Leis que tramitam no Congresso Nacional, favorecendo a redução do desperdício de alimentos, com base em novas legislações. Muitas destas Leis em processo de análise, indicam divergências, e desaceleram, contudo, o processo de conclusão.

O desenvolvimento sustentável ressalta o desenvolvimento social e econômico, harmonizando com as limitações ecológicas do planeta, sem destruição ambiental, visando às gerações futuras a chance de existir e viver bem, de acordo com suas necessidades. Ainda propõe às gerações futuras a manutenção do emprego, do lucro e da produção a partir do consumo de alimentos mais adequados para a saúde dos indivíduos. Nesse sentido, a sustentabilidade, de acordo com a ABNT (2014), e assim definida:

“Uso dos recursos, de maneira ambientalmente responsável, socialmente justa e economicamente viável, de forma que o atendimento das necessidades atuais não comprometa a possibilidade de uso pelas futuras gerações.”

Do conceito técnico de sustentabilidade dos anos 70 (Veiga, 2010), para o entendimento de sobrevivência almejando a perenidade (ALMEIDA, 2002, p. 10), o conceito prático de sustentabilidade, bem define Boff (2011), quando expressa: “Sustentabilidade é um modo de ser e de viver que exige alinhar as práticas humanas às



potencialidades limitadas de cada bioma e às necessidades das presentes e das futuras gerações”. Os termos desenvolvimento sustentáveis e sustentabilidade, parecem semelhantes, no entanto, a sustentabilidade é uma condição contínua habilidosa de conservação, e o desenvolvimento sustentável diz respeito a atuação na interatividade e manutenção equilibrada e dinâmica a longo prazo, objetivo centralizados em contextos sistêmicos associados a um constante desenvolvimento.

A redução de alimentos disponíveis, é oriundo, principalmente, do desperdício, além de gerar impactos e reduzir a disponibilidade de alimentos, diminui os recursos dos produtores e eleva os preços de venda para o consumidor final. (FAO, 2017), com o objetivo de contextualizar o que ocorre com um alimento, Para entender desperdício e perdas de alimentos, é necessário acompanhar toda a trajetória e só então, trabalhar as estratégias.

Mas, entender essa cadeia, há muitas dificuldades, pois o número de intermediários a cada dia é mais numeroso. (KINGSOLVER, 2008). Avaliar os desperdícios e impactos gerados na cadeia de produção até o consumo e descarte é uma tarefa complexa, que onde há muitas possibilidades de ações para prevenção de perdas e impactos.

Com a intensão de melhorar a gestão dos resíduos ambientais, a Política dos 3 Rs (reduzir, reutilizar e reciclar) é um conjunto de medidas, que pressupõe reduzir o uso de matérias-primas e da energia, controle do desperdício nas fontes geradoras, reutilização direta dos produtos e reciclagem de materiais. A coerência na ordem entre os Rs, tem sua finalidade em reduzindo, evita-se a reutilização e, reutilizando-se, evita-se a reciclagem. A relevância dos 3Rs nos consumidores é apoderar-se da ética nos hábitos da vida sustentável, repensando seus princípios e valores ao longo de sua existência mudando seu comportamento naquilo que faz, no consumo consciente dos recursos naturais e matérias primas. A “Agenda 21”, traz a “Política dos 3R”, como proposta para o desenvolvimento sustentável em seu documento, aprovado na Conferência das Nações Unidas sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento (CNUMAD), em 1992, no Rio de Janeiro, que ficou conhecida por ECO-92.

Para o consumo e produção mais sustentáveis, pode-se efetivar algumas práticas, como medidas de educação, começando a envolver cadeia produtiva, consumidores, padronização de processos e capacitações dos colaboradores. As ações desses indicadores

poderão realizar-se por meio das quantidades registradas de resto de ingesta. (PARISOTO et al., 2013).

É importante o desenvolvimento de um programa de segurança alimentar e nutricional sustentável. Para a sua efetivação, necessário se faz que o trabalho seja realizado com seus pares (sociedade, iniciativa privada, pública e a academia). (NITZKE, 2012). No ato da compra, o consumidor consciente é capaz de avaliar o produto (recursos naturais, bens ou serviços) utilizando de princípios e alguns critérios, além do preço: a matéria prima utilizada; suas qualidades e propriedades; a responsabilidade social da empresa que fabrica se tem Pegada Ecológica, Apelo Ambiental e Ecológico distribui e comercializa esse produto.

Fatores como a origem e a quantidade existente na natureza das substâncias que compõem o produto, por exemplo, agregam informações que podem decidir uma compra. O “peso” de embalagens e marcas, também costumam influenciar a decisão, respeito aos direitos dos funcionários, o grau de poluição do meio ambiente entre outros valores.

O consumidor consciente busca otimizar qualidades e propriedades de um produto ao servir-se dele, objetivando prolongar seu tempo de uso e aproveitamento ao máximo, para evitar o desperdício e o desgaste precoce. O mau uso, seja inadequado ou exagerado dos recursos naturais dos bens de consumo, trocando e repondo os itens antes de seu tempo útil de vida, influenciando os preços e a lei da oferta e da procura. Além disso, sempre que se troca um produto e se adquire um novo, geralmente aumenta a produção do lixo, gasta-se mais dinheiro, consomem-se mais recursos naturais, e na natureza é lançado detritos que nem sempre são processados sem deteriorar o meio ambiente.

O consumidor consciente, se beneficiar no uso dos descartes, processando a reciclagem, preparando e separando os resíduos e detritos para a coleta seletiva. Os produtos aparentemente inúteis são transformados em produtos novos ou em matéria prima, diminuindo os resíduos quantitativamente, poupando energia e recursos naturais. Pois a grande preocupação é o lixo, devido ao custo social muito alto, e o enorme impacto no meio ambiente.

O consumo excessivo, sem planejamento, contribui para seu aumento. Algumas práticas podem ser realizadas, como medidas de educação para os desperdícios e impactos gerados na cadeia de produção até o consumo e descarte, embora seja uma tarefa



complexa e apresentar diversas possibilidades de ações para prevenção de perdas e impactos sua eficácia do método é a prevenção. As campanhas de conscientização e mobilização são os instrumentos que podem difundir boas práticas estabelecendo outros níveis de compreensão nos consumidores.

Algumas ações educativas de cidadania que caracterizam o consumidor consciente, contra o desperdício e perdas de alimentos, dando-lhe um perfil reconhecível como; é voluntária em programas de alimentação e combate à fome e controle da obesidade; participa de treinamentos e torna-se um multiplicador de informação, atuando em trabalhos, programas e campanhas em organizações e empresas; propõe mudanças nas políticas e projetos, junto à liderança comunitária; busca os recursos tecnológicos e midiáticos; faz cultivo utilizando espaços e técnicas disponíveis (plantio em garrafas, caixotes, jardins suspensos, etc.); compartilha conhecimentos e apoia ONG e entidades especializadas para ajudar no consumo autossuficiente em sua comunidade; busca minimizar as irregularidades sofridas no seu entorno.

Os programas e campanhas produzem resultados em termos de redução e conscientização por meio da educação. Nesse sentido, a FAO, em seu relatório (2013), propõe ações a prática, acerca do desperdício de alimentos, em três níveis. O primeiro nível, total redução do desperdício de alimentos, ainda nas más-práticas rurais, no cuidado com os recursos naturais.

O segundo nível, recomenda-se a reutilização dos alimentos na cadeia alimentar. Quando a reutilização nos níveis anteriores não é possível, usa-se a transformação dos resíduos em energia renovável, incinerando ou fazendo compostagem, destinando a aterros sanitários nos quais, no processo de degradação, haverá a geração de chorume e gases de efeito estufa. Os objetivos e metas da ODS (Objetivos e Desenvolvimento Sustentável). (CEDES, 2018), com base nos estudos, como forma de educação para o desperdício e perdas de alimentos, buscam o desenvolvimento econômico, associando com o desenvolvimento humano e a preservação ambiental.

A ODS firma compromisso em reduzir pela metade o desperdício de alimentos e garantir acesso aos alimentos a todos os habitantes até o ano de 2030; acabar com a fome e a insegurança alimentar existente. Conforme apresenta os objetivos do desenvolvimento sustentável.



Figura 1. Objetivos do desenvolvimento sustentável.

É necessário, em virtude do exposto, associar os pressupostos da educação sustentável, aos conceitos de produzir a redução do desperdício de alimentos no processo de conscientização. Todos têm essa responsabilidade, especialmente quando há planejamento e implantação de estratégias das Políticas Públicas pela Cidadania. O Desperdício e Perdas de Alimentos relaciona-se diretamente (imediatamente) para o alcance específicos de metas Brasil ligados a acordos e pactos internacionais visando implementação de recursos humanos, financeiros, tecnológicos e de governança, garantindo a produção e abastecimento de alimentos em quantidade suficiente, fortalecendo os indicadores estabelecidos.

Não menos importantes, tratar das ações que respeite o Meio Ambiente, a Agricultura, o Abastecimento, vivenciando toda Ciência, Tecnologia, Inovações nas Comunicações, Planejamento Desenvolvimento e Gestão, dentro uma modalidade para seu conforto, segurança e bem-estar, a parceria do Campo da Educação é o elo na corrente para levar o indivíduo a imersão e conhecimento para atuar conscientemente e sustentável, absorvendo e praticando normas simples como medidas preventivas, e educativas. Andrade (1993) acredita que o papel da Educação Ambiental é o de auxiliar o ser humano a desenvolver relações mais harmônicas com o meio ambiente em que vive sem deixar de considerar os fatores sociais, econômicos e culturais inerentes a essas relações.

#### 4. CONCLUSÃO





A partir da análise do desperdício e perdas de alimentos numa perspectiva de conscientização sustentável por meio da educação, o presente estudo, buscou na literatura as evidências que constatou a falta de condições adequadas da produção no campo até o consumo, as perdas dos alimentos, o comportamento do consumidor, o uso sustentável dos recursos naturais com suas diferentes interfaces nos aspectos e impactos econômicos, ambientais e sociais significativo.

Para tanto foi realizado uma revisão bibliográfica na literatura encontrada, onde constatou que na temática estudada há uma carência para sanar e há muito por fazer nas Políticas Públicas por meio de metas planos e ações a serem desenvolvidas.

As evidências empíricas apontam desenvolvimento e tecnologia, falhas e erros significativos do desperdício de alimentos decorrente na cadeia produtiva e setores. Diante disso, torna-se evidente que o desperdício e perdas de alimentos no mundo, relaciona-se a má-distribuição e renda e a fome, gerando grande impacto socioeconômico, ambiental e moral na humanidade. Os pactos e acordos adotados por organizações internacionais, muitas delas vinculadas e subordinadas ao poder econômico mundial, não parecem surtir efeitos a curto prazo.

É necessário, urgentemente, melhorar as condições nas ações locais de mudanças no padrão de consumo, com medidas educativas a população, promovendo a compra de alimentos da sua região, fortalecendo a agricultura familiar e ampliando a produção, rotação de cultura, a partir da biodiversidade de espécies nativas. Com isso, conservam-se os recursos findáveis do Planeta, garantindo nova ordem aos pequenos produtores e a soberania e a segurança alimentar.

A dimensão e a complexidade do problema que se mostra perdurar são abordagens de estudos variados que depende de uma releitura do ser humano como consumidor consciente no uso das cadeias produtivas sabendo seu papel diante dos recursos naturais na conservação do meio ambiente para no presente espelhar o futuro.

## REFERÊNCIAS

ABNT. ASSOCIACAO BRASILEIRA DE NORMAS TECNICAS. NBR 15.401: meios de hospedagem – sistema de gestão da sustentabilidade – requisitos. Rio de Janeiro, 2014.

ALMEIDA, Fernando. O bom negócio da sustentabilidade. 2002. Acesso em: 14 out. 2020.



ANDRADE, A. L. Educação Ambiental e construção da cidadania - Uma prática com classes populares. Dissertação de mestrado. RJ: Faculdade de Educação: UFRJ, 1993.

AKATU, Instituto. A nutrição e o consumo consciente. Caderno temático. 2003. Site sobre consumo consciente. Acesso: 20.JU. 2020.

BELIK, W. Distribuição e comercialização: Redução de perdas e desperdício na distribuição e comercialização de alimentos. 2016. Acesso em: 15/jul. /20.

BOOF, LEONARDO. Sustentabilidade: o que é – o que não é. Edição digital. Rio de Janeiro: Vozes, 2017.

BRASIL. Câmara Interministerial de Segurança Alimentar e Nutricional (CAISAN). Ministério do Desenvolvimento Social. Brasília- DF, abril de 2018.

\_\_\_\_\_ Repositório IPEA. <http://repositorio.ipea.gov.br/>. Acesso em: 16/09/2020.

CASCUDO, C. História da alimentação no Brasil. 4. ed. São Paulo: Companhia Editora Nacional, 1967. 954 p.

CRUZ, Ivan Dionizio da. Desperdício e reaproveitamento alimentar. Universidade de Brasília, 15 agosto 2010. Acesso em: 19 out. 2020. EMBRAPA. Redução de perdas pós-colheita de frutas e hortaliças no Brasil. Edital Projeto Agropensa. 2015.

EMBRAPA. Perdas e desperdício de alimentos. 2016. Acesso em: 06/jul. /2020.

GALLO, J. M. A. S. Avaliação da percepção de participantes do Banco de Alimentos da Companhia de Entrepósitos e Armazéns Gerais de São Paulo sobre o processo de irradiação de alimento. Divulgação do tratamento de alimentos por radiação ionizante: desenvolvimento de questionário e análise sensorial. Tese (doutorado) – IPEN – Instituto de Pesquisas Energéticas e Nucleares. Autarquia associada a Universidade de São Paulo – USP, São Paulo, 245 f., 2018.

GIL, A. C. Como elaborar projetos de pesquisa. 4. ed. Atlas, São Paulo, 2007.

JUNIOR, M. F.; SOARES, A. G. Orientações quanto ao manuseio pré e pós-colheita de frutas e hortaliças visando à redução de suas perdas – comunicado técnico. Rio de Janeiro, Brazil, 2014.

LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Marina de Andrade. Fundamentos de metodologia científica. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2003.

NITZKE, J. A. et al. Segurança alimentar: retorno às origens? Brazilian Journal of Food Technology, Campinas, v. 15, p. 2-10, maio 2012. Edição especial. Acesso em: 28 abr. 2016.

PEIXOTO, M.; PINTO, H. S. Desperdício de Alimentos: questões socioambientais, econômicas e regulatórias. 2016. Acesso em: 04/jul./20.



PARISOTO, D. F. et al. Redução do desperdício de alimentos em um restaurante popular. *Revista Brasileira de Tecnologia Agroindustrial*, v. 7, n. 2, p. 1106-1117, 2013. Acesso em: 12 ago. 2017.

PORPINO, G.; PARENTE, J.; WANSINK, B. Food waste paradox: antecedents of food disposal in low income households. *International Journal of Consumer Studies*, v. 39, n. 6, 2015.

SILVA, José Graziano da. Perdas e desperdícios de alimentos: um desafio para o desenvolvimento sustentável. Disponível em: <https://www.embrapa.br/>. Acesso. 18.JU.2020. Stuart, T. (2009). *Waste: Uncovering the Global Food Scandal*. W.W. Norton & Company, New York, NY, USA.

THYBERG, K. L.; TONJES, D. J. Drivers of food waste and their implications for sustainable policy development. *Resources, Conservation and Recycling*, v. 106, p. 110-123, 2016.

VEIGA, J.E. *Sustentabilidade: a legitimação de um novo valor*. 1a. ed. São Paulo: SENAC, 2010. ZARO, Marcelo. *Desperdício de alimentos [recurso eletrônico]: velhos hábitos, novos desafios* / org. Marcelo Zaro. – Caxias do Sul, RS: Educs, 2018.



## MEDIDAS PREVENTIVAS E TERAPÊUTICAS CONTRA O BRUXISMO E APERTAMENTO: UMA REVISÃO DE LITERATURA<sup>7</sup>

Fabício SILVA SANTOS<sup>8</sup>  
Eros BITTENCOURT SHIGETO<sup>9</sup>  
Francielle SANTOS DE MELO<sup>10</sup>  
Raquel SILVA VIEIRA<sup>11</sup>  
Esther CASTRO DE OLIVEIRA<sup>12</sup>  
Luanny APARECIDA BARBOSA SOUZA

13

### RESUMO

O bruxismo e o apertamento dentário são ações que ocorrem involuntariamente, sendo definidos como o ato de apertar ou ranger os dentes. Sua etiologia pode estar associada a fatores locais, psicológicos, sistêmicos ou ocupacionais e genéticos. Quando não tratado pode causar desordens na articulação temporomandibular, podendo acarretar diversos problemas oclusais, influenciando na qualidade de vida do indivíduo. Seu diagnóstico clínico depende dos fatores etiológicos, se tornando necessário uma boa análise de todas as particularidades do caso clínico em questão, para o direcionamento e possíveis instruções das medidas a serem tomadas para o tratamento. A placa miorrelaxante é o método mais utilizado para o controle dos sintomas do bruxismo e apertamento. Embora o tratamento seja indefinido, a literatura elucida medidas terapêuticas como a redução da sintomatologia e possível eliminação dos fatores etiológicos. A abordagem clínica deve ser empregada com disciplinas variadas, sendo importante a atuação conjunta de um odontólogo, fisioterapeuta, psicólogo e fonoaudiólogo, se necessário, no intuito de envolver diversos conhecimentos para uma melhor resolução do caso.

**Palavras-chave:** Apertamento. Bruxismo. Diagnóstico. Tratamento.

### ABSTRACT

Bruxism and teeth clenching are actions that occur involuntarily, defined as the act of squeezing or grinding your teeth. Its etiology may be associated with local, psychological,

---

<sup>7</sup> Artigo de revisão de literatura apresentado como requisito para obtenção de nota na disciplina Oclusão, sob orientação do professor Doutor Fabício Silva Santos da Faculdade de Ciências Sociais Aplicadas/BA.

<sup>8</sup> 2 Professor do curso de Odontologia pela Faculdade de Ciências Sociais Aplicadas - FACISA/BA.

<sup>9</sup> Professor do curso de Odontologia pela Faculdade de Ciências Sociais Aplicadas - FACISA/BA.

<sup>10</sup> Acadêmica em Odontologia pela Faculdade de Ciências Sociais Aplicadas - FACISA/BA.

<sup>11</sup> Acadêmica em Odontologia pela Faculdade de Ciências Sociais Aplicadas - FACISA/BA.

<sup>12</sup> Acadêmica em Odontologia pela Faculdade de Ciências Sociais Aplicadas - FACISA/BA.

<sup>13</sup> Acadêmica em Odontologia pela Faculdade de Ciências Sociais Aplicadas - FACISA/BA.



systemic or occupational and genetic factors. When left untreated, it can cause disorders in the temporomandibular joint, which can lead to various occlusal problems, influencing the individual's quality of life. Its clinical diagnosis depends on the etiological factors, making it necessary a good analysis of all the particularities of the clinical case in question, for the direction and possible instructions of the measures to be taken for the treatment. The myorelaxant patch is the most used method to control the symptoms of bruxism and tightening. Although the treatment is undefined, the literature elucidates therapeutic measures such as the reduction of symptoms and possible elimination of etiological factors. The clinical approach must be used with different disciplines, being important the joint action of a dentist, physiotherapist, psychologist and speech therapist, if necessary, in order to involve different knowledge for a better resolution of the case.

**Key words:** Bruxism; Diagnosis; Tightening; Treatment.

## ABSTRACTO

El bruxismo y apretar los dientes son acciones que ocurren involuntariamente, definidas como el acto de apretar o rechinar los dientes. Su etiología puede estar asociada a factores locales, psicológicos, sistémicos u ocupacionales y genéticos. Si no se trata, puede causar trastornos en la articulación temporomandibular, lo que puede provocar diversos problemas oclusales que influyen en la calidad de vida del individuo. Su diagnóstico clínico depende de los factores etiológicos, por lo que es necesario un buen análisis de todas las particularidades del caso clínico en cuestión, para la dirección y posibles instrucciones de las medidas a tomar para el tratamiento. El parche mio-relajante es el método más utilizado para controlar los síntomas del bruxismo y el endurecimiento. Aunque el tratamiento es indefinido, la literatura aclara medidas terapéuticas como la reducción de síntomas y posible eliminación de factores etiológicos. El abordaje clínico debe ser utilizado con diferentes disciplinas, siendo importante la acción conjunta de un dentista, fisioterapeuta, psicólogo y logopeda, si es necesario, con el fin de involucrar diferentes conocimientos para una mejor resolución del caso.

**Palabras clave:** Apriete. Bruxismo. Diagnóstico. Tratamiento.

## 1. INTRODUÇÃO

O bruxismo é definido como uma atividade repetitiva dos músculos mastigatórios, ocorrendo de forma consciente ou inconsciente, representado pelo ato de apertar ou ranger os dentes.

A procura para o tratamento dos sintomas associados ao bruxismo se torna cada vez mais frequente, visto que estamos no século em que a depressão e os problemas psicológicos estão cada vez mais em evidência. Os estilos de vida mudaram assim como os problemas de saúde, que são reflexos de uma vida estressante, sedentária e sobrecarregada. Todos esses fatores acabam ocasionando o bruxismo, tendo como manifestações clínicas o desgaste e fraturas dentárias que podem ser leves ou intensas,

dores orofaciais e limitação à abertura da boca.

Caso não seja identificado e tratado, pode acabar desenvolvendo problemas na articulação temporomandibular conhecida como ATM, alterando a sua funcionalidade, ocasionando desordens, hipertrofia musculares, fadiga miofascial e hipersensibilidade dentinária.

O apertamento dentário, seria um tipo de bruxismo. A principal diferença entre os dois é que no bruxismo há a fricção entre um dente e outro, e o apertamento é o hábito de apertar involuntariamente os dentes, ou seja, é apenas o contato entre os dentes superiores e inferiores. Geralmente causados pelos mesmos fatores que o bruxismo, apresenta sintomas como hiperfunção dos músculos da mastigação e traumas de mordidas na mucosa jugal, lábios e língua.

Ainda que o bruxismo e o apertamento não sejam uma situação de risco, influencia na qualidade de vida do indivíduo, sendo então, de extrema importância, os estudos para uma melhor identificação das causas e o tratamento adequado para cada paciente.

O presente trabalho tem como objetivo, a partir da revisão de literatura, conhecer o “estado da arte” e compreender os aspectos do bruxismo e do apertamento com enfoque nas medidas terapêuticas e preventivas.

## **METODOLOGIA**

Esse trabalho trata-se de uma revisão bibliográfica de caráter qualitativo, onde buscou-se, a partir dessa opção metodológica entender como estudiosos do sistema estomatognático tratam os aspectos das medidas preventivas e terapêuticas contra o bruxismo e o apertamento.

Inicialmente, realizou-se uma leitura dos tópicos de Bruxismo x Erosão do Esmalte e da dentina, e Etiologia e Identificação dos Distúrbios Funcionais do Sistema Mastigatório, abordados, respectivamente, nos livros Oclusão Pra Você e Pra Mim (CARDOSO, 2010) e Tratamento das Desordens Temporomandibulares e Oclusão (OKESON, 2008), para que pudéssemos construir uma base para a conformação escrita deste trabalho. Posteriormente, foi feita uma busca por artigos nas bases de dados da Scientific Eletronic Library Online (SCIELO), da Literatura Internacional em Ciências da Saúde (MEDLINE) e Caribe em Ciências da Saúde(LILACS), Coordenação de



Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES). Os descritores escolhidos para a seleção dos artigos foram: bruxismo, apertamento, disfunção temporomandibular.

Por fim, após as etapas mencionadas acima, deu-se início ao processo de escrita do respectivo trabalho. Ao todo foram selecionados 13 artigos com questões relevantes sobre o bruxismo e o apertamento.

### 3. REVISÃO DE LITERATURA

“O bruxismo é um assunto de grande interesse para o cirurgião-dentista, por ser um hábito parafuncional cada vez mais presente nos pacientes, pois apresenta sinais e sintomas clínicos que comprometem as estruturas de suporte do sistema estomatognático”. (SILVA & CANTISANO, 2009).

De acordo com Weideman et al., (1996) o bruxismo é caracterizado por um contato forte e rítmico da superfície oclusal do dente com movimento mandibular, definido como um hábito não funcional de ranger os dentes. Ainda segundo o mesmo autor, apesar do bruxismo ocorrer durante os estados de sono e vigília, o primeiro é mais comum.

Na prática diária odontológica este é um termo usado também para incluir todas as formas de parafunção involuntária que envolve contato dental, como ranger os dentes (*grinding*) e apertamento dental (*clenching*). Há porém, uma diferença nítida entre a atividade noturna (ranger) e a diurna (apertamento), no que se refere a sua etiologia, bases terapêuticas e implicações biomecânicas (LELES & MELO, 1995).

“Apesar de não ser completamente compreendida a complexa relação entre os fatores que desencadeiam e mantêm o bruxismo e o apertamento, eles são reconhecidos como fatores contribuintes mais comuns em pacientes com dor orofacial”. (LELES & MELO, 1995).

#### 3.1 ETIOLOGIA

“A etiologia do bruxismo é bastante controvertida, complexa e, com frequência, difícil de ser identificada”. (CARDOSO, 2010, p.75).

Tratando-se de uma desordem complexa e multifatorial de etiologia ainda não bem esclarecida, o apertamento dentário envolve um contexto muito mais amplo no organismo e pode representar um fator predisponente e de exacerbação de DTM e desenvolvimento de dor crônica, além das consequências na sobrevivência de tratamentos restauradores (CARDOSO; KRAYCHETE; ARAÚJO. 2011, p.282).

Níveis elevados de estresse emocional aumentam não somente a tonicidade muscular da cabeça e do pescoço, como também os níveis de atividade muscular parafuncional, como o bruxismo ou o apertamento dentário (OKESON, 2013, p.121).

“A maioria dos autores concorda que geralmente é multifatorial, ou seja, pode haver uma associação de fatores locais, psicológicos, sistêmicos ou ocupacionais e genéticos”. (CARDOSO, 2010, p.75).

### **Fatores Locais**

“Durante muitos anos, acreditou-se que a origem do bruxismo estava ligada à existência de interferências dentárias capazes de alterar os padrões oclusais e musculares do paciente”. (CALDERAN et al., 2014).

Na literatura, foi observado que ao mesmo tempo em que autores relacionam os fatores oclusais como determinantes do bruxismo, outros apontam cada vez menos essa afirmativa.

De acordo com Cardoso (2010), as desarmonias oclusais foram apontadas por diversos autores como fatores desencadeantes de bruxismo e já constataram uma correlação entre as interferências oclusais e bruxismo. Contudo, segundo Diniz & Silva (2009) foi observado por alguns autores que a presença de maloclusão não aumenta a probabilidade da criança desenvolver bruxismo.

### **Fatores Psicológicos**

Fatores psicológicos e emocionais estão cada vez mais ganhando espaço quando se trata de determinantes do bruxismo e apertamento dentário.

Forte tensão emocional, problemas familiares, crises existenciais, estado de ansiedade, depressão, medo e hostilidade, crianças em fase de autoafirmação, provas escolares ou mesmo a prática de esportes competitivos e campeonatos podem atuar como fatores de origem psicológica e ocupacional para o desencadeamento desta condição. (DINIZ & SILVA, 2009).



### **Fatores sistêmicos**

Várias condições sistêmicas têm sido reconhecidas como fatores etiológicos importantes para o bruxismo, como a rinite alérgica, deficiências nutricionais, deficiências endócrinas, problemas gastrointestinais, fatores neurológicos, uso indiscriminado de medicamentos inibidores de apetite e uso indiscriminado de álcool (CARDOSO, 2010).

### **Fatores Ocupacionais**

Atividades físicas, mentais e profissionais estão relacionadas com os fatores ocupacionais (SILVA & CANTISANO, 2009).

Temos como exemplo de fatores relacionados a condições físicas e comportamentos a enurese noturna, mioespaço muscular, excessiva salivação noturna e conversar dormindo (DINIZ & SILVA, 2009).

### **Fatores Genéticos**

“Os fatores hereditários podem influenciar a causa central do bruxismo, mas não determinar significativamente a ocorrência de fatores locais” (CARDOSO, 2010, p.67).

## **3.2 DIAGNÓSTICO DIFERENCIAL**

Para que se alcance um diagnóstico preciso e diferenciado, é necessário que analisemos todas as particularidades do caso clínico em questão. Como supracitado, as etiologias estão dentre os fatores que vão direcionar e instruir as medidas a serem tomadas, pois servirão como guias no planejamento do tratamento a se seguir.

Os critérios para a obtenção de um diagnóstico preciso podem variar, Macedo (2008, p. 20) traz que “Clinicamente, o diagnóstico é baseado no relato de ranger de dentes ocorrido durante o sono associado à dor ou tensão nos músculos da face ao acordar.”

Existe também quem faça uma análise da situação de forma mais abrangente ao afirmar que:

O exame clínico minucioso, com palpação, ausculta, avaliação de tecidos moles e da língua, verificação da movimentação mandibular, análise da oclusão, bom como os exames radiográficos são importantes no diagnóstico preciso das alterações do sistema estomatognático. (NOR *et al* 1991, *apud* DINIZ & SILVA 2009).

Outro aspecto a ser considerado é o aspecto psicológico, por conta disso é imprescindível uma atuação multiprofissional, visto que esses fatores, como estresse e demais transtornos psicológicos e seus desdobramentos estão diretamente ligados com o sucesso da intervenção escolhida. “Como esta patologia tem causa multifatorial, o seu diagnóstico acaba se tornando complexo, necessitando de uma atuação multiprofissional, para assim conseguir realizar um correto diagnóstico e adequado plano de tratamento” (BRITTO & SANTOS, 2020, p. 375).

### 3.3 MEDIDAS PREVENTIVAS

Como apresentado na etiologia, são diversos os fatores relacionados com o bruxismo e o apertamento dentário. E como não há uma causa específica e esclarecida, torna-se difícil a prevenção dessas condições. Portanto, deve-se ficar atento a tais fatores para uma tentativa de medidas preventivas da doença.

Na literatura é escassa a quantidade de informações e pesquisas sobre a prevenção do bruxismo. Porém, quando se estuda os fatores predisponentes, consegue-se ter uma ideia de ações que podem auxiliar numa possível prevenção.

Em relação a crianças, Santos et al. (2020) aponta que o bruxismo pode ser entendido como um indicador de que algo pode estar errado com o bem-estar da criança e a odontopediatra precisa investigar.

Simões-Zenari & Bitar (2010), observam em seu estudo a associação entre bruxismo e sialorréia durante o sono, uso de chupeta, morder lábios e roer unhas. Os autores apontam ainda a importância dos pais no controle da ansiedade, estresse e melhoria nos hábitos de sono da criança.

Ao tentar evitar os fatores relacionados com o bruxismo e o apertamento dentário, principalmente os emocionais e psicológicos, pode-se haver uma possibilidade de prevenção da patologia. Porém, é notório a falta de estudos e pesquisas na literatura relacionadas com essas medidas.

### 3.4 MEDIDAS TERAPÊUTICAS

Devido sua etiologia multifatorial, o bruxismo e o apertamento dentário tem seu tratamento indefinido, segundo a literatura, de maneira que sua exclusão de uma vez por todas não seja possível. Dessa forma, o que se busca é a redução da sintomatologia e possível eliminação dos fatores etiológicos.

Assim, a base para um tratamento bem-sucedido depende, inicialmente, de se estabelecer um diagnóstico correto, que poderá ser estabelecido após um exame clínico cuidadoso do paciente procurando sinais e sintomas de distúrbios funcionais, associados ao histórico do paciente e a exames complementares. A identificação dos fatores etiológicos é preponderante para o sucesso do tratamento. (CARDOSO, AC., 2010, p. 82).

Segundo Cardoso *et al.* (2010, p.82) no tratamento de bruxismo têm-se quatro propósitos, sendo eles: diminuir a tensão física, resolução dos sinais e sintomas, reduzir as interferências oclusais, quebra do padrão neuromuscular rotineiro.

A conduta clínica deve empregar uma abordagem que envolva variadas disciplinas, com o intuito de englobar os mais diversos conhecimentos na tentativa de atuar sobre as múltiplas causas da patologia em questão. É imprescindível a atuação conjunta de um odontólogo, fisioterapeuta, psicólogo e fonoaudiólogo, se necessário (Mazzetto *et al.*, 1995 *apud* Zuanon *et al.*, 1999).

O tratamento tem sido efetivo no alívio da dor associada a musculatura e ATM, além de atuar protegendo os tecidos dentários de novos possíveis desgastes (CARDOSO, 2010, p.82).

Há várias medidas terapêuticas passíveis de serem aplicadas nos casos clínicos, no entanto, deve ser escolhida, com cautela, a que melhor se adeque a situação do paciente, tendo um resultado satisfatório, conseqüentemente.

A conscientização do paciente, por parte do profissional, pode contribuir para o controle do problema, já que, segundo Leles & Melo (1995) o paciente estará motivado e saberá corrigir melhor seu hábito parafuncional se tiver ampla consciência dele. Para isso, é preciso que haja uma boa explanação para que o indivíduo compreenda a relação entre o estresse e a elevada tensão muscular gerada. “A maioria dos pacientes com dor reage favoravelmente à consulta informal com um profissional atento e conhecedor do problema” (LELES & MELO, 1995). De acordo com Cardoso (2010) esse método tem de ser empregado com precaução, pois além de, porventura, não corresponder ao tratamento, pode ainda, agravar a tensão sofrida pelo indivíduo. Rodrigues & Ditterich

(2006) afirmam que a prática de conscientização do bruxismo e apertamento, não pode ser empregada como único meio de tratamento.

Visando tratar a dor muscular, especificamente, de forma temporária e não atuando sobre as causas, podem ser empregadas as terapias do ponto de desencadeamento miofascial, bloqueio anestésico para interromper o ciclo de dor, em conjunto com a atuação da fisioterapia, com métodos de massagem, calor profundo e exercícios para melhorar a função, atuando na redução do estresse psicológico do paciente (BELL, 1990; AAOP, 1993; LELES & MELO, 1995; RAMFJORD & ASH, 1984; CARDOSO, 2010).

O uso de placas oclusais, conhecidas também como placas mio-relaxantes, têm sido muito utilizadas para controlar o bruxismo e o apertamento dentário, sendo considerada uma prática eficaz, defendida pela maioria dos autores. Se trata de um meio não invasivo e mutável, ou seja, a redução da hiperatividade muscular não é mantida a longo prazo, logo, não é capaz de eliminar o bruxismo e o apertamento. Esse dispositivo é removível da cavidade bucal e, quando inserido, deve cobrir todos os dentes de um arco dentário, a escolha do profissional, sendo o mais comum o arco superior, que manterá um contato antecipado com as estruturas da arcada inferior. Ela atua modificando a relação oclusal entre os dentes, redistribuindo as forças oclusais, evitando que ocorra desgastes, atrição e mobilidade na estrutura dental, além de proteger contra a parafunção noturna e alterar o padrão neuromuscular e o relacionamento das articulações. Quando os sintomas forem suprimidos, é necessário interromper o uso do aparelho e, de maneira opcional, indicar sua utilização apenas nos períodos noturnos até que as ocorrências de parafunção cheguem ao fim. (LELES & MELO, 1995; RODRIGUES & DITTERICH, 2006; GAMA & ANDRADE, 2013; CARDOSO, 2010).

O material de escolha para a confecção da placa deve ser à base de silicone, com espessura de aproximadamente três milímetros, estendendo-se da região vestibular e lingual, com superfície plana, o suficiente para prevenir a perfuração e aumentar a resistência ao impacto. (GAMA & ANDRADE, 2013).

Medicações também podem contribuir para o controle temporário dos hábitos parafuncionais mencionados. Segundo Gama e Andrade (2013) Podem ser empregados desde analgésicos, anti-inflamatórios e relaxantes musculares para conter a dor, até anticonvulsivos, antidepressivos, benzodiazepínicos, betabloqueadores, entre outros, para casos agudos e graves. É mencionado ainda que a desvantagem dessa opção terapêutica



é o fato do pequeno período de utilização dessas drogas que, ao serem interrompidas, o hábito parafuncional acompanhado dos sinais e sintomas reaparecem, além de que seu uso estendido pode levar a uma dependência química, o que torna esse método arriscado (RODRIGUES & DITTERICH (2006); GAMA & ANDRADE (2013).

O emprego do ajuste oclusal apresenta divergências entre os autores por se tratar de um manejo irreversível e invasivo, o que não é preconizado. Segundo Gama & Andrade (2013) a possibilidade de se empregar tal recurso deve ser bem avaliada pelo profissional, onde as superfícies dos dentes seriam desgastadas para reconstruir a oclusão do paciente, somente quando o desgaste causado pelas parafunções não tenham alterado a dimensão vertical de oclusão (RODRIGUES & DITTERICH (2006), ou restauradas com materiais indicados para cada caso, quando se tem uma harmonia oclusal. Com base na declaração da academia americana de odontopediatria e a universidade de ciências da saúde do Texas, é contraindicado o ajuste oclusal em pacientes menores de 18 anos, levando em consideração a hipersensibilidade que o desgaste dentário provocaria. Contudo, outros autores discordam do uso dessa técnica em todos os pacientes.

Não é indicada terapia por ajuste oclusal para eliminação de problemas oclusais no tratamento do bruxismo ou apertamento dental. Embora seja uma conduta amplamente difundida na prática odontológica, constitui procedimento invasivo e não conservador, e sem efetividade terapêutica comprovada. (LELES & MELO, 1995).

Tendo sido apresentados vários mecanismos para minimizar os sinais e sintomas provocados pelo bruxismo e apertamento dentário, é plausível dizer que, entre eles, o uso de placas oclusais têm se destacado nesses casos. (CARDOSO, 2010).

#### **4. CONSIDERAÇÕES FINAIS**

Com esse apanhado geral é possível perceber as diversas fontes de conhecimentos com relação, principalmente, ao bruxismo. Há uma abrangência de estudos voltados à explicação das variadas hipóteses para a etiologia do problema, como também para as medidas terapêuticas. Entretanto, o mesmo não ocorre quando se procura aprofundamentos com relação às medidas preventivas, a busca por essas explicações se mostra escassas, talvez por serem consideradas um aspecto simples, que dispensa atenção.



Diante disso, verificamos que é necessária cada vez mais estudos com enfoque multidisciplinar, que vão atuar mutuamente para uma interferência preventiva a essas patologias que, se não solucionadas, podem oferecer prejuízos à saúde desse paciente.

## REFERÊNCIAS

BRITTO, Ana Carolina S; SANTOS, Débora B. F. A Importância do Diagnóstico Precoce para o Tratamento Efetivo do Bruxismo: Revisão de Literatura. **Revista Multidisciplinar e de Psicologia**. v.14 n. 53, p. 369-380, dezembro/2020

CALDERAN, Mariana Fernandes et al. Fatores etiológicos do bruxismo do sono: revisão de literatura. **Rev. Odontol. Univ. Cid. São Paulo**. v.26, n.3, p.243-249, set/dez. 2014.

CARDOSO, Antônio Carlos. **Oclusão: para você e para mim**. 1. ed., 2.impr. São Paulo: Santos, 2010.

CARDOSO, Lorena Marcelino; KRAYCHETE, Durval Campos; ARAÚJO, Roberto P. C. de. A relevância do apertamento dentário nas desordens temporomandibulares. **Revista de Ciências Médicas e Biológicas**. Salvador, v.10, n.3, p.277-283, set./dez. 2011.

DINIZ, M. B; SILVA, R. C. Bruxismo na infância: um sinal de alerta para odontopediatras. **Paulista Pediatria**. v.27, n.3, p.329-334, mar. 2009.

LELES, Cláudio R; MELO, Mauro. Bruxismo e apertamento dental: uma conduta clínica racional. **Revista Odontológica do Brasil Central**. vol.5, n.15, p.22-26, 1995.

MACEDO, C. R. Bruxismo do sono. **Revista Dental Press de Ortodontia e Ortopedia Facial [online]**. 2008, v. 13, n. 2. Acesso 6 Dezembro 2021 , pp. 18-22. Disponível em: <<https://doi.org/10.1590/S1415-54192008000200002>>. Epub 02 Abr 2008.

OKESON, Jeffrey P. **Tratamento das desordens temporomandibulares e oclusão**. 7. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2013.

PENINI, Carolina. Bruxismo: Abordagens terapêuticas contemporâneas. Universidade Fernando Pessoa Faculdade de Ciências da Saúde, Porto, julho de 2019.



Disponível em: <[https://bdigital.ufp.pt/bitstream/10284/8288/1/PPG\\_38844.pdf](https://bdigital.ufp.pt/bitstream/10284/8288/1/PPG_38844.pdf)>.  
Acesso em 04 de dez. 2021.

SANTOS, Tatiane Ramos dos; PINTOR, A. V. B; IMPARATO, J. C. P;  
TANNURE, P. N. Controle do bruxismo do sono na infância: revisão de literatura. **Rev. rede cuid. saúde.** v.14, n.1, p.62-76, jul. 2020.

SILVA, N. R. S; CASTISANO, M. H. Bruxismo: etiologia e tratamento.  
**Revista Brasileira de Odontologia.** v. 66, n. 2, p. 223-226, jul/dez. 2009.

SIMÕES-ZENARI, Marcia; BITAR Mariangela Lopes. Fatores associados ao bruxismo em crianças de 4 a 6 anos. **Pró-Fono Revista de Atualização Científica.** v.22, n.4, p.465-72, out/dez. 2010.

WEIDEMAN, C. L. et al. The incidence of parasomnias in child bruxers versus nonbruxers. **Pediatric dentistry.** vol. 18, n.7, p. 456-60, nov/dez. 1996.



## ALIMENTAÇÃO SAUDÁVEL E O RETORNO DA HORTA DOMÉSTICA

Hélio GONÇALVES DE SOUZA<sup>14</sup>  
Merice ROCHA NASCIMENTO<sup>15</sup>  
Thayse FRANÇA TOSTO<sup>16</sup>  
Nathália dos SANTOS LIMA<sup>17</sup>  
Fernanda SPAGNOL PAGANOTO<sup>18</sup>  
Maria Madalena OLIVA SOUZA PIRES<sup>19</sup>

### RESUMO

A presente pesquisa propõe discorrer acerca da alimentação saudável e o retorno da horta doméstica. Assim seu objetivo é demonstrar que, ter e manter uma horta em casa ajuda na reeducação alimentar, economia doméstica e pode ser uma excelente ferramenta para o controle de ansiedade, pois é uma forma de terapia. Para atingir o objetivo geral elencou-se os seguintes objetivos específicos: analisar e contextualizar acerca da importância alimentação saudável e o retorno da horta domiciliar; identificar as mudanças alimentares decorrente da atual pandemia; verificar como a sociedade é beneficiada com o cultivo do próprio alimento. A metodologia escolhida para o desenvolvimento do trabalho foi à pesquisa bibliográfica de cunho qualitativo fundamentado em autores renomados e conhecedores do assunto. A alimentação configura-se um fator importante na vida dos seres humanos, pois é uma necessidade fisiológica básica responsável pelo bem-estar físico e mental. No momento atípico, nos idos de 2020, a alimentação passou a ser repensada e planejada uma vez que as pessoas estão passando muito mais tempo em casa, possibilitando programar, cozinhar e produzir seus próprios alimentos através da horta domiciliar, proporcionando-lhes uma alimentação saudável, pois a pandemia fez fluir a preocupação com a saúde e cuidado com os bons hábitos alimentares. Desta forma, esta monografia vem ajudar a esclarecer que, existem maneiras mais baratas para conseguir uma alimentação orgânica e saudável, exemplo disso é a horta doméstica. Plantar o seu próprio alimento em casa é garantir o conhecimento total da origem e qualidade e, gerar um ciclo sustentável, pois resíduos orgânicos podem ser utilizados como fertilizante na horta.

**Palavras chaves:** Alimentação Saudável. Horta Doméstica. Hortaliças orgânicas.

---

<sup>14</sup> Discente do Curso de Tecnólogo em Gastronomia da FACISA/BA.

<sup>15</sup> Docente do curso da FACISA/BA.

<sup>16</sup> Doutora em Genética e Biologia Molecular. Docente da FACISA/BA. E-mail: thayse.franca@facisaba.com.

<sup>17</sup> Mestre em Genética e Biologia Molecular. Docente da FACISA/BA. E-mail: nathaliads.limaa@gmail.com.

<sup>18</sup> Mestre em Engenharia e Ciência de Alimentos. Docente da FACISA/BA. E-mail: fernandapaganoto@hotmail.com

<sup>19</sup> Especialista em Gastronomia e Cozinha Autoral e Didática do Ensino Superior. Docente da FACISA/BA. E-mail: madalena.olivapires@gmail.com.





## ABSTRACT

This research proposes to discuss healthy eating and the return of the home garden. So, its objective is to demonstrate that having and maintaining a vegetable garden at home helps in food reeducation, home economics and can be an excellent tool for controlling anxiety, as it is a form of therapy. The methodology chosen for the development of the work was the qualitative bibliographic research based on renowned authors and experts on the subject. Awareness about healthy eating is not just a matter of fashion, it is important to look for ways and foods that help in the proper functioning and health of our body. This research aims to bring clarification about the ills caused by inadequate or insufficient food. It also addresses the ills caused by foods considered healthy, but which are produced by an agricultural system that contaminates them with pesticides. Thus, this article helps to clarify that, there are cheaper ways to achieve an organic and healthy diet, an example of this is the home garden. Planting your own food at home is to ensure full knowledge of the origin and quality and to generate a sustainable cycle, as organic waste can be used as fertilizer in the home garden.

**Keywords:** Healthy Eating; Garden; Return.

## 1. INTRODUÇÃO

O panorama atual da sociedade tem afetado a vida das pessoas em diversos aspectos, como por exemplo: desempenho físico, mental, trabalho, socialização, alimentação, dentre outros. Concernente a isso as pessoas começaram a repensar os seus estilos de vida e buscar estratégias para adaptar-se a rotina que implica em novos hábitos de vida.

Diante do exposto e da busca por um estilo de vida mais saudável, tem se observado, assim um aumento significativo da produção de hortas domésticas, bem como a preocupação com a alimentação saudável baseada em produtos naturais, nutritivos, isentos de agrotóxicos e que podem ser cultivados na própria residência como opções saborosas e criativas.

Assim, o presente trabalho discorre acerca da o retorno da produção de hortas domésticas e a busca de uma alimentação saudável, buscando analisar o comportamento das pessoas quanto à forma em que se alimentam em casa e entender como a escolha de alimentos considerados saudáveis, aliados a uma dieta balanceada reflete diretamente na saúde.

Em tempos de pandemia<sup>7</sup> e com a quarentena que ela exigiu durante um bom tempo, as pessoas passaram a ficar grande parte do seu tempo dentro de casa, isso fez

com que aumentasse a preocupação com a saúde tanto física quanto mental. A prática de cultivar hortas ajuda a controlar a ansiedade como terapia e, fornece alimentos frescos e de origem confiável para o consumo.

Diante do exposto e a partir da temática proposta neste estudo levou a um problema de pesquisa que se fundamenta em responder a seguinte indagação: Qual a importância do cultivo de horta domiciliar e sua vinculação com a alimentação saudável? Buscando responder a essa questão foi proposto os objetivos de tal discussão.

Cabe destacar que os objetivos da pesquisa são importantes e tem papel indispensável de responder o problema levantado na investigação. Nessa perspectiva, Campoy (2016, p. 32) esclarece que eles servem como guias para orientar e definir a trajetória da pesquisa. Sendo assim, o objetivo geral dessa pesquisa é demonstrar que, ter e manter uma horta em casa ajuda na reeducação alimentar, economia doméstica e pode ser uma excelente ferramenta para controle de ansiedade, pois é uma forma de terapia. Já os objetivos específicos que alicerçaram para este estudo foram: analisar e contextualizar acerca da importância alimentação saudável e o retorno da horta domiciliar; identificar as mudanças alimentares decorrente da atual pandemia; verificar como a sociedade é beneficiada com o cultivo do próprio alimento.

Nessa perspectiva, justifica-se a escolha do tema, pois esse se mostra atual e importante para toda sociedade, uma vez que a preocupação com a contaminação dos alimentos por agrotóxico e o cuidado com o sobrepeso, hipertensão, diabetes entre outros problemas de saúde que acometem o ser humano, podem ser resolvidos com uma alimentação saudável e de qualidade advinda da produção própria de hortas domésticas.

A horta é auxiliadora sob o ponto de vista nutricional, para o melhoramento dos hábitos alimentares, da saúde e prevenção de doenças. É importante destacar que com a construção da horta caseira deixam de ser utilizadas grandes quantidades de agrotóxicos e, com isso os alimentos produzidos apresentarão um valor nutricional maior (LEAL & SCHIMIM, 2016, p. 43).

Esta pesquisa não visa esgotar o assunto, mas provocar e visibilizar uma temática necessária para os tempos e contextos atuais, espera-se que ela sirva de suporte para futuros estudos concernentes ao assunto abordado, como também possa auxiliar as pessoas que se interessam pelo cultivo da horta doméstica e alimentação saudável livre de agrotóxicos.

## **2. METODOLOGIA**



A metodologia se configura ferramenta de fundamental importância em uma pesquisa científica. Pois é considerada uma ciência que estuda o processo investigativo e pode construir o conhecimento científico. Nesse sentido, a metodologia é o caminho que direciona ao objetivo desejado de forma elaborada, sistematizada avaliando um arsenal de técnicas procedimentais que é disponibilizada pela ciência (COMPOY, 2016, p. 37).

A metodologia foi utilizada foi uma pesquisa de revisão bibliográfica e de cunho qualitativo. Esse tipo de pesquisa possibilita uma vasta gama de materiais já publicados que podem embasar, enriquecer e fundamentar o estudo, como: livros, artigos científicos, teses, dissertações já publicadas, pesquisa documental através de leis, tratados, estatutos e resoluções que disponham sobre conteúdo. Para Gil (2002 pg. 44), “pesquisa bibliográfica é desenvolvida com base em material já elaborado, constituído principalmente de livros e artigos científicos”.

A investigação ocorreu mediante levantamento de dados adquiridos através livros, artigos científicos, revistas, dissertações e teses, todos de língua portuguesa e produzidos no Brasil. O percurso percorrido na realização deste estudo iniciou-se no mês de abril de 2021 e ocorreu através de cinco etapas distintas e importantes que culminaram na elaboração e desenvolvimento da pesquisa.

Na primeira realizou-se a escolha do tema. Na segunda etapa apresentou-se o motivo e a escolha do tema. Na terceira etapa realizou-se consulta em obras que sustentaram o referencial teórico do referente tema. Na quarta etapa ocorreu o levantamento dos dados por meio da pesquisa bibliográfica. Na quinta etapa levantou-se a problemática, definiu os objetivos geral e específicos, elaborou-se três justificativas como também a descrição da metodologia a ser utilizada.

O próximo passo foi à construção das categorias, esse foi montado para que servisse como esqueleto/estrutura das reflexões realizadas nesta pesquisa.

Cabe destacar que toda a conjuntura metodológica forneceu subsídios que possibilitou envolver as questões e os procedimentos que emergiram a coleta dos dados bibliográficos, análise e interpretação dos resultados concernente à alimentação saudável e o retorno da horta doméstica.

### **3. REVISÃO TEÓRICA**

### 3.1. CONTEXTO HISTÓRICO SOBRE A PRODUÇÃO DE HORTAS

O ser humano sempre retirou da natureza os produtos necessários à sua alimentação e assim garantiu sua sobrevivência biológica. Os primeiros sistemas de cultivo foram praticados próximos aos rios e teve início no período neolítico.

A pré-história foi dividida em três períodos, Paleolítico, Neolítico e Idade dos Metais. O homem do paleolítico era caçador e coletor, não fixava moradia porque tinha que sair em busca de alimentos.

No período Neolítico eles deixaram de ser nômades com a descoberta da agricultura, alguns historiadores e registros arqueológicos demarcam que a agricultura, surgiu por um acaso, quando se percebeu que uma semente brotou no chão e dela nasceu uma nova planta. Feldens (2018, p.21) explica que:

Observando as plantas, percebeu que elas desprendiam sementes, que, ao caírem na terra, germinavam, dando origem a uma nova planta. Muitas germinavam, mas muitas se perdiam em solo impróprio. Ciente da importância das sementes que se perdiam, o homem “rasgou” o solo para ajudar a natureza a preparar um leito melhor para aquela vida que germinava. Surgia assim a Agricultura, primitiva ainda, mas intensamente ligada à natureza. Além disso, era uma oportunidade mais cômoda de sobreviver (FELDENS 2018, p.21).

Assim, há cerca de 10.000 anos a descoberta da agricultura mudou o contexto de vida da humanidade dando origem a diversas formas de plantar e cultivar alimentos.

Todo esse processo de mudança proporcionada pela agricultura possibilitou a sedentarização do homem, pois permitiu-lhe domesticar animais que poderiam servir de alimento para complementar a alimentação e, assim manter o sustento necessário à sobrevivência. A domesticação dos animais beneficiou também o trabalho agrícola, pois eram utilizados na locomoção e transporte dos alimentos. Sobre isso Feldens (2018, p.27):

Com a sedentarização, os grupos humanos foram reunindo-se em número cada vez maior, e o crescimento desses grupamentos resultou no surgimento das primeiras cidades do mundo. O desenvolvimento das cidades causou também o desenvolvimento da arquitetura, que permitiu a construção de casas mais bem elaboradas e outras construções (FELDENS 2018, p.27).

A Revolução Industrial demarcou um novo modelo de plantio, isso se deu em decorrência do crescimento das cidades, ou seja, a população começou a migrar do espaço rural para o espaço urbano, em busca de melhores condições de vida. Foi nesse cenário que nasceram as primeiras hortas domésticas, pois as pessoas tinham dificuldades de



sustentarem-se, e as que tinham um pequeno espaço de terra em seus quintais ou nos cortiços onde moravam, desenvolviam o plantio de hortaliças e legumes, dando assim início a esse novo modelo de cultivo.

Segundo Marques (2011, p. 32) “a partir da segunda metade do século XX, o crescimento das regiões metropolitanas fez surgir novas demandas na sociedade, inclusive novos modos de produção agrícola adaptado às hortas em casa”.

Para muitas famílias, as hortas domésticas são tradição e certamente nunca perderam a importância. Para outras, entretanto, elas acabaram perdendo espaço a partir da evolução econômica da sociedade. A razão para isso passa pelos movimentos de migração para a área urbana, somada ao maior número de pessoas trabalhando fora de casa e à ampliação da oferta de alimentos industrializados, que acabaram se tornando uma opção tentadora para aqueles que dispõem de pouco tempo livre (LEAL & SCHIMIM, 2016, p. 31).

No Brasil, por volta do ano de 1980, quando a ditadura militar estava efervescente e a urbanização tecnológica ganhava cada vez mais força, detectou-se uma diminuição das hortas domésticas. Isso ocorreu em decorrência da correria do dia a dia e a situação vivenciada pelo momento. Nesse sentido, Abreu (2012, p. 26) destaca que:

As hortas em casas existem há anos e ajudam a melhorar os hábitos alimentares de quem usufrui dos alimentos locais. As nossas avós e bisavós sempre plantaram na cidade. Esse assunto ficou um pouco esquecido no fim do século XX, mas não que tenha desaparecido. Nas periferias, a população de baixa renda manteve esse hábito (ABREU, 2012, p. 26).

De acordo com o autor supracitado, o cultivo domiciliar diminuiu, mas não foi totalmente esquecido, pois se tratava de tradições e saberes culturais passa de geração em geração. Desse modo, a horta em casa, além de beneficiar a família com produtos de qualidade, pode ser um meio de sobrevivência, principalmente entre a população mais carente. Como pode ser observado nas palavras de Biazzo (2007, p. 17):

A produção orgânica de alimentos pode ser definida como uma estratégia induzida pela crise, que garante a sobrevivência do seguimento mais pobre da população. A estratégia da produção orgânica nas cidades é, portanto, resultado de tradições e saberes de povos mais antigos, onde muitos aprenderam a produzir seu próprio alimento e foram passando os conhecimentos e as técnicas de cultivo de subsistência de geração em geração.

O atual momento está sendo um marco histórico com o retorno da horta domiciliar. Isso ocorre em função da atípica pandemia (COVID-19), a qual perdura há um ano e sem previsões de findar. A população passou a preocupar-se mais com a

alimentação, saúde física e mental, além de terem mais tempo de plantar e cultivar seu alimento de forma saudável. Tais fatores que podem ser apontados como responsáveis pelo retorno da horta em casa.

### 3.2. IMPORTÂNCIA DAS HORTAS DOMÉSTICAS

As hortas domésticas são importantes pelos diversos benefícios que elas podem proporcionar a vida dos seres humanos. Por algum tempo elas perderam espaço, mas, como a sociedade está em constante transformação, sempre reexaminando conceitos e posições, esse cultivo está retomando sua importância com força total no contexto atual.

Segundo Branco (2011, p. 31) ter uma horta é muito mais do que jogar sementes no chão e esperar que cresçam, é uma forma de plantar toda sua determinação e motivação e vê-la florescer de forma inimaginável. Ter uma horta é certamente estar bem consigo mesmo.

As pessoas estão se conscientizando da importância e benefícios de ter um espaço destinado ao cultivo de plantas em casa. Nesse sentido, Cribb (2007, p. 18) aponta as vantagens desse novo hábito:

A horta promove a aquisição de novos valores, boas atitudes, transforma a forma de pensar, valoriza o trabalho, a solidariedade, a cooperação, desenvolve a criatividade e a percepção da importância do cuidado, o senso de responsabilidade, de autonomia, além de sensibilizar para a busca de soluções para os problemas ambientais (CRIBB 2007, p. 18).

A horta em casa pode promover muitas vantagens à vida das pessoas envolvidas nessa prática. Por meio da horta doméstica elas poderão melhorar a alimentação, pois consumirá produtos de qualidade, boa procedência e sem a adição de agrotóxicos, além de permitir satisfação em cultivar seus alimentos e proporciona também o bem-estar físico e mental. Ao abordar sobre essa questão Marques (2011, p.34) pontua que:

A importância das hortas não se dá apenas pelos benefícios em nível pessoal ou familiar, mas também em nível de humanidade, uma vez que nossos atos refletem sobre a sociedade como um todo. Nesse sentido, mudanças na alimentação têm sido apontadas como uma das medidas mais significativas para diminuir os impactos da ação humana sobre a Terra (MARQUES, 2011, p. 34).

Compreende-se que as hortas em casa se constituem importantes também na preservação do meio ambiente, na medida em que ameniza os efeitos da ação das pessoas sobre o planeta. Clemente (2017, p. 54) evidencia que:



Para a obtenção de resultados satisfatórios ao planeta, entretanto, seria necessária uma mudança radical nos hábitos alimentares da maioria da população. Assim, é importante começar pela busca de uma maior presença dos vegetais à mesa, e a horta em casa pode ser uma forte aliada nessa mudança de hábitos alimentares (CLEMENTE, 2017, p.54).

Pois são importantes na medida em que mostra a direção e assim, os seus cultivadores passam a ter o desejo de consumir produtos de grande qualidade e procedência garantida, além de estarem ajudando na preservação do meio ambiente.

### 3.3. UMA ANÁLISE REFLEXIVA ACERCA DA HORTA

O cenário atual de pandemia do corona vírus Sars 2019 aguçou o desejo de realizar uma análise reflexiva acerca da horta doméstica, pois as pessoas passaram a ficar mais tempo em casa e isso despertou um interesse maior por uma vida mais saudável através da alimentação, sendo que a famosa frase “somos o que comemos,” não é apenas uma frase de efeito, mas desperta a seguinte reflexão: É preciso abraçar uma ideia de sustentabilidade e cuidado com a saúde. Pode-se criar um ciclo sustentável em casa, por meio de uma horta doméstica, ou seja, transformando resíduo orgânico em adubo orgânico, e posteriormente, colher literalmente os frutos dessa prática sustentável e saudável. De acordo com Lemos (2020, p.01):

Cultivar o próprio alimento, consumir produtos livres de agroquímicos e tê-los à disposição sempre que necessário. Se o cuidado com a qualidade da alimentação é preocupação crescente na sociedade, no período de distanciamento social, com as pessoas passando mais tempo em casa, ter contato com os produtos desde a origem e saber a procedência deles têm sido hábito cada vez mais perceptível (LEMOS 2020, p.01).

Nesse contexto, apresenta-se neste artigo uma análise reflexiva acerca da horta doméstica. Discorrendo inicialmente sobre retorno da horta doméstica, posteriormente enfatiza as vantagens de se ter uma horta em casa bem como os avanços e desafios dessa empreitada e segue expondo dicas sobre quê, como, quando e onde plantar e o cultivo das hortaliças, além de explanar sobre os alimentos orgânicos.

#### 3.3.1. Retorno das hortas domésticas

O retorno da horta doméstica não se deu em decorrência do atual momento de pandemia, pois como dito anteriormente, faz parte de uma cultura do brasileiro,

principalmente os de classes populares ter o plantio de alguns alimentos que contribuiriam na sobrevivência familiar. Entretanto, a condição da pandemia levou a sociedade a repensar seus hábitos e estilo de vida. As pessoas têm passado grande parte do seu tempo em casa, isso fez com que aumentasse a preocupação com a saúde física e mental, desencadeando a necessidade de cultivar verduras e legumes no ambiente domiciliar. Sobre essa discussão Penaforte (2020, p. 03) explica que:

Com a necessidade de reduzir as saídas de casa em tempos de pandemia do novo coronavírus, os brasileiros arrumam várias atividades para passar o tempo. Uma delas é cultivar hortas em pequenos espaços, inclusive, em apartamentos. O cultivo de hortaliças em pequenos espaços tem se tornado uma maneira eficaz de reduzir as idas ao mercado, contribuir para uma alimentação saudável, manter a mente ativa e ainda ajuda na economia doméstica (PENAFORTE 2020, p. 03).

A prática do cultivo da horta doméstica voltou de maneira contundente, nesse momento atípico, a alimentação passou a ser repensada e planejada, visto que as pessoas estão passando muito mais tempo em casa, possibilitando as mesmas programar, cozinhar e produzir seus próprios alimentos através da horta domiciliar, proporcionando-lhes uma alimentação saudável, pois a pandemia fez fluir a preocupação com a saúde e cuidado com os bons hábitos alimentares. Lemos (2020, p.04) enuncia:

Por conscientização de alguns prejuízos que a vida moderna traz com sua evolução, sendo a alimentação uma delas, as pessoas vêm buscando cada vez mais adequar a sua vida e rotina a um estilo e hábitos de vida saudáveis, principalmente através da alimentação saudável e equilibrada. Das soluções, a mais buscada tem sido optar por alimentos naturais, com a produção livre de venenos e evitar comidas prontas, enlatadas, com conservantes. Uma opção muito utilizada são as hortas domésticas, mesmo que em pequeno espaço, a variedade que conseguir plantar e manter para consumo próprio, sem o consumo de venenos é válido e para plantar em casa não precisa de muito espaço, mas não pode faltar luz, de preferência a luz solar do início da manhã ou fim da tarde. Plantar em casa para consumo, temperos e verduras é mais fácil (LEMOS 2020, p.04).

A alimentação configura-se um fator importante na vida dos seres humanos, pois é uma necessidade fisiológica básica responsável pelo bem-estar físico e mental. Então, nada mais do que justificável ter e manter uma horta em casa para auxiliar na alimentação saudável e de qualidade. Abreu (2012, p. 63) identifica:

As pessoas precisam resgatar o ato de cozinhar, de cultivar uma pequena horta, de viver o prazer e a alquimia de preparar o próprio alimento. A exploração do prazer e bem-estar na prática de atividades em contato com a natureza, como o cultivo de plantas em áreas residenciais, tem proporcionado a abertura de um novo nicho de consumidores que almeja a melhor qualidade de vida e para isso





preocupa-se com os alimentos que consome, desde sua origem. (ABREU, 2012, p.63).

A horta foi resgatada, pois o cenário atual incentivou a busca por uma alimentação saudável, econômica e o bem-estar físico e mental, esses foram alguns dos motivos, pelo qual se justifica o retorno da prática de cultivo da horta doméstica.

A psicóloga Sâmia Simurro explica que “tais atividades são considerados antidepressivos naturais. O contato com os elementos da natureza tanto aumenta a disposição como promove relaxamento e, assim promove o enfrentamento ao estresse gerado pela vida moderna e pelo medo que impôs o contexto de pandemia. No momento em que mexe na terra, a pessoa está canalizando a atenção para algo que dá prazer.” Lemos (2020, p.09) expõe que:

A necessidade de ficar em quarentena como medida de proteção ao novo Corona vírus e a discussão cada vez mais importante quanto à manutenção de uma alimentação saudável fez disparar a busca pelo material sobre como plantar hortas em casa, disponibilizado pela Secretaria de Estado de Agricultura. A pasta mantém, de forma gratuita, o projeto Hortas Urbanas, cujo objetivo é ensinar a montagem de pequenas hortas em residências (LEMOS 2020, p.09).

Essa busca por informações concernente ao modo de se plantar hortas em casa, só confirma o retorno e importância dela na vida das pessoas que optam em ter uma alimentação saudável livre de agrotóxicos e a sensação prazerosa de produzir seus próprios alimentos.

### **3.3.2. As vantagens de ter uma horta em casa**

O ritmo frenético do meio urbano compele diversas vezes com uma alimentação desregrada sem o menor cuidado com a saúde, além de não proporcionar prazer em saborear uma boa comida. Ainda assim, a população tem se conscientizado e almeja cada vez mais uma alimentação saudável, procurando através de contato com a natureza consumir alimentos orgânicos e sustentáveis por meio da horta. Guimarães (2014, p.18) afirma que:

O cultivo de uma horta orgânica é uma forma natural de produzir hortaliças e plantas medicinais, utilizando-se práticas culturais adequadas, sem uso de agrotóxicos, adubos químicos, sementes transgênicas, antibióticos e outros produtos prejudiciais à saúde humana e ao meio ambiente. Cultivar no sistema



orgânico significa fazer as pazes com a natureza, protegendo os recursos naturais (solo, água, flora e fauna) e as futuras gerações, restaurando a biodiversidade e preservando a diversidade biológica, que é a base de uma sociedade equilibrada (GUIMARAES, 2014, p.18).

São várias as vantagens de se ter uma horta. Por esse motivo, muitas pessoas têm se motivado a cultivá-la em casa. O plantio e cultivo de hortaliças pode ser uma ação integrada ao dia a dia, é uma forma de atingir o bem-estar em meio a movimentada vida urbana.

É crescente a preocupação da população em aderir hábitos saudáveis e ter qualidade de vida, principalmente como forma de viver mais e melhor. Branco (2011, p. 33) salienta:

Uma pequena horta em casa (ou no apartamento) pode fazer muita diferença, tanto no sabor dos pratos que preparamos quanto em seus efeitos na bioquímica do nosso corpo, uma vez que temperos prontos são compostos por sabores artificiais e contém substâncias químicas e sal ou açúcar em demasia. Assim, ervas e temperos produzidos em casa também são excelentes para manter o sabor dos alimentos (BRANCO, 2011, p.33).

A horta proporciona qualidade de vida e sabor na alimentação. Através da horta em casa, as pessoas podem melhorar o seu perfil alimentar, desfrutando assim de mais saúde e satisfação em produzir seus próprios alimentos, além de usufruir de uma atividade física e de lazer.

A horta é auxiliadora sob o ponto de vista nutricional, para o melhoramento dos hábitos alimentares, da saúde e prevenção de doenças. É importante destacar que com a construção da horta deixam de serem utilizadas grandes quantidades de agrotóxicos e com isso os alimentos produzidos apresentarão um valor nutricional maior (LEAL e SCHIMIM 2016, p. 43).

A horta em casa pode também ser um excelente meio de economizar nas compras. As idas à feira diminuiriam e os gastos seriam bem menores. Além disso, a horta pode ser uma boa maneira de se complementar a renda familiar. Guarienti (2011, p.16) explica:

A horta doméstica e a horta comunitária têm importância para a economia da família, pois as hortaliças produzidas não necessitam ser compradas. Considerando se o valor de um quilograma (kg) de frutas ou hortaliças em torno de R\$ 1,00 e que o consumo ideal de oleícolas e frutas seja em torno de 150 kg/pessoa/ano. Este valor parece à primeira vista baixo, mas se uma família for comprar para quatro pessoas, a economia será de R\$ 600,00 por ano, o que é um valor significativo tanto para uma família rural como urbana. (GUARIENTI, 2011, p.16).

O cultivo de hortas urbanas nas casas além favorecer a economia familiar pode também trazer diversos benefícios. Os adeptos da horta em casa só têm aumentado em



detrimento dos diversos benefícios que ela pode proporcionar. Assim Abreu (2017, p. 63) também nomeia e explica algumas vantagens de se ter uma horta em casa:

- Consumir alimentos mais saudáveis, pois o Brasil é um dos países que mais utiliza agrotóxicos na produção comercial de alimentos. Praticamente todos os vegetais comprados que consumimos estão contaminados, mesmo aqueles vendidos como orgânicos podem estar contaminados pela produção de uma propriedade vizinha que utilize adubos químicos e pesticidas em suas plantações;
- Modificação dos hábitos alimentares. Como explicamos acima, a criação do hábito de consumir produtos orgânicos afeta também nosso paladar. Alimentos saudáveis têm um sabor diferente dos produzidos artificialmente. Essa descoberta de novos sabores cada vez mais nos incentiva a querer consumir esse tipo de alimento;
- Ter sempre a mão e em casa, alimentos frescos e saudáveis;
- Economia nas compras em geral. A cada vez que vamos ao supermercado, dificilmente saímos somente com a lista do que fomos comprar, não é mesmo? Portanto aquelas saídas diárias para comprar alimentos frescos faz com que gastemos com outros produtos que não compraríamos se não tivéssemos frequentado o supermercado.
- Melhoram o microclima de sua casa, uma vez que as plantas cultivadas refrescam o ar que circula nela;
- Trazem crianças e adolescentes para o contato direto com a arte de cultivar plantas para consumo próprio;
- Aumenta o contato com a natureza, principalmente para quem mora em grandes centros urbanos onde quase tudo é concreto;
- Proporciona o desenvolvimento de um novo hobby, tão importante na vida estressante. Provoca uma melhoria na nossa saúde mental e emocional;
- Proporciona também o bem-estar de saber que está consumindo um alimento que você mesmo plantou, cuidou e cultivou.

Percebe-se que ter uma horta em casa traz muitas vantagens, elas podem funcionar como atividade terapêutica com a ocupação do tempo, a garantia alimentar e economia na aquisição de alimentos e proporcionar uma melhora no seio familiar com a integração de pessoas, pois se configura uma atividade multidisciplinar que integra diversas ações e agrega valores aos envolvidos. Sendo que essa prática está atrelada aos



valores culturais e raízes familiares, ou seja, geralmente quando se tem uma horta em casa, leva-se conhecimento de e para todo seio familiar.

Em suma, a horta doméstica é garantia de produção de alimentos mais saudáveis e se constitui importante na medida em que desperta o desejo de consumir alimentos de maior qualidade e de boa procedência, pois cultivar uma horta em casa ajuda na reeducação alimentar, economia doméstica e pode ser uma excelente ferramenta para controle de ansiedade, pois é uma forma de terapia.

### 3.3.3. Avanços e desafios dessa empreitada

Ter e manter uma horta em casa não é tarefa fácil, pois o seu cultivo pode trazer muitos desafios nessa empreitada. A falta de espaço é um deles, muitos adeptos dessa prática não possuem um ambiente adequado para fazer suas plantações. Outro desafio é cuidado com as hortaliças, pois muitos não dispõem de conhecimento suficiente de plantio e cultivo. Leal (2016, P.39) exemplifica:

Ter uma horta saudável depende de diversos fatores, e que esses devem ser trabalhados de modo integrado para que tenhamos melhores condições de produzi-la, as hortas caseiras precisam de alguns cuidados especiais para que se desenvolvam com força e beleza. Por isso, para desenvolver uma horta saudável, antes de escolher as variedades, busque informações sobre necessidades e hábitos de cada uma delas, bem como a estação para melhor plantio. Assim, você poderá aprender a melhor forma de cultivo e, também, optar por aquelas que melhor se adaptam ao seu espaço e umas com as outras, há espécies que convivem bem juntas, mas outras não (LEAL, 2016, p. 39).

A horta doméstica necessita de cuidados especiais, muito mais que regar é preciso cultivá-la de acordo com seu habitat, porém ter uma horta em casa é ter a certeza de contribuir com a preservação do meio ambiente, sustentabilidade, alimentação saudável e nutrição. Nesse sentido, Guimarães, (2014, p.19) diz:

Quem sonha em ter uma horta em casa, precisa saber que é necessário tomar alguns cuidados. Nas hortas caseiras, o plantio das verduras e legumes pode ser feito de duas maneiras: “Pela aplicação direta da semente no solo (para vegetais como cenoura e beterraba, por exemplo), ou através do uso de sementeira e posterior transplantio das mudinhas (caso da alface e escarola)” (GUIMARÃES, p.19).



O tempo também se configura um desafio, sendo que muitas pessoas reclamam da falta de tempo devido à vida urbana agitada. Mas, hoje em meio à pandemia as famílias passaram a ter mais tempo disponível para outras atividades então muitas aderiram à horta em casa como um meio econômico, de estratégia alimentar e, até mesmo como uma distração. Porém, o tempo não deixará de ser um desafio, visto que esse período de quarentena deixará de existir.

A falta de iluminação também é um desafio para quem quer ter uma horta em casa, pois muitas pessoas moram em apartamentos e não dispõem de iluminação suficiente para o seu cultivo, sendo que é necessário expor as plantas e hortaliças pelo menos 4 (quatro) horas por dia de exposição ao sol. Contudo, é importante salientar que muitas pessoas moram em apartamento com iluminação adequada que as permite ter hortaliças, tempos e plantas em casa. Lemos (2020, p.12) expõe que:

Antes de tudo, para se ter uma horta em casa é preciso analisar se existe um espaço adequado em sua casa ou apartamento para abrigar as plantas. É necessário um local que tenha pelo menos quatro horas por dia de sol ou grande luminosidade. Porém, as plantas não devem ficar expostas ao sol o dia inteiro ou receber ventos fortes (LEMOS 2020, p.12).

Nesse contexto, pode apontar como desafios da empreitada de se cultivar uma horta em casa, a falta de espaço, falta de conhecimento acerca dos cuidados necessários no plantio e cultivo das hortaliças, falta de iluminação e falta de tempo disponível devido à correria do dia a dia.

Concernente aos avanços dessa empreitada pode-se apontar o cuidado com a alimentação adequada. Para tanto o número de pessoas que passaram a se preocupar com uma alimentação saudável e de qualidade aumentou, isso fez aflorar o desejo de consumir frutas e hortaliças sem a adição de agrotóxico e conseqüente plantar seu próprio produto em casa. Referente as dificuldades e possibilidades de se ter uma horta caseira, Clemente (2017, p.19) pontua:

As hortas em casa avançaram um patamar, devido a preocupação alimentar das pessoas, uma vez que o cultivo de espécies alimentares em hortas domésticas favorece o acesso a alimentos frescos em quantidade e qualidade, o que contribui para a segurança alimentar e nutricional devido a não utilização de produtos químicos na produção e ao fato de serem alimentos frescos, colhidos na hora. Estas características das hortaliças contribuem de maneira positiva para saúde, pois elas agem como alimentos funcionais, que são aqueles que beneficiam uma ou mais funções orgânicas, além da nutrição básica, colaborando para melhorar o estado de saúde e bem-estar e/ou reduzir o risco de doenças, além de proporcionar prazer/gosto de plantar, cultivar, ocupação e terapia (CLEMENTE. 2017 P. 19).



Em conformidade com a autora supracitada, não só o cuidado com a alimentação saudável, mas também a preocupação com a saúde física e mental serviram de degrau para aumentar a quantidade de hortas domésticas.

Outro avanço foi à forma de se aprender a cultivar hortaliças em casa, mesmo tendo um pequeno espaço, as pessoas tiveram criatividade e passaram a plantar e cultivar hortaliças em diferentes recipientes, como pneus, garrafas pet, caixote, canos, latas de conservas entre outros.

As pessoas são criativas, pois além de plantar nos pneus elas também decoram as suas casas e quintais. E assim obtém produtos fresquinhos e de qualidade. Mostrado um avanço significativo no plantio e cultivo das hortaliças, superando os obstáculos quando o assunto é cuidar da alimentação, saúde física e mental e proporcionar sabor ao prato.

Outro avanço importante foi a quantidade de pessoas que moram em apartamento e passaram a ter sua própria horta em casa, superando a dificuldade de espaço e inovando na hora de plantar e cultivar as hortaliças. Clemente (2017, p. 22) acredita que “a crescente preocupação com a sustentabilidade e qualidade de vida nas grandes cidades fez surgir nos últimos anos inúmeros projetos arquitetônicos sustentáveis, em sacadas de apartamentos repletos de plantas e hortaliças.”

O maior avanço ocorreu recentemente, em tempos de pandemia. Trata-se do grande índice de pessoas que adotaram a horta doméstica em suas casas. Os sites de pesquisas registraram um aumento significativo de perguntas referente à horta, como: “Como fazer uma horta em casa? O que plantar? Como cultivar e cuida de hortaliças.” Sendo assim, julgou-se importante discorrer nas próximas linhas sobre questionamentos do tipo. O quê, como, quando e onde plantar e o cultivo das hortaliças.

#### **3.3.4. Os alimentos orgânicos**

Os alimentos orgânicos ganharam espaço na preferência dos consumidores por serem produtos saudáveis, seguro e por auxiliarem na preservação do meio ambiente, eles são produzidos de forma natural evitando danificar o solo, além de não fazer uso de agrotóxicos e fertilizantes. A esse respeito Henz (2016, p. 15) diz que:

A produção orgânica de hortaliças é um dos temas mais demandados atualmente pela sociedade brasileira. Esse interesse crescente é uma



consequência direta da exigência por parte dos consumidores por alimentos mais saudáveis, produzidos em um sistema que respeite o meio ambiente e que seja socialmente justo. Até bem pouco tempo atrás, hortaliças produzidas no sistema orgânico eram uma raridade no mercado, oferecidas em pequenas feiras ou comercializadas nas sedes de associações de agricultura orgânica, por preços bem mais elevados em relação às hortaliças produzidas no sistema convencional (HENZ, 2016. P.15).

Mesmo sendo um assunto bastante discutido na atualidade, ainda existem pessoas que tem dúvidas o que são realmente alimentos orgânicos. Segundo a lei nº 10.831, do Ministério da Agricultura Pecuária e Abastecimento, os produtos orgânicos são definidos da seguinte forma:

Art. 1º Considera-se sistema orgânico de produção agropecuária todo aquele em que se adotam técnicas específicas, mediante a otimização do uso dos recursos naturais e socioeconômicos disponíveis e o respeito à integridade cultural das comunidades rurais, tendo por objetivo a sustentabilidade econômica e ecológica, a maximização dos benefícios sociais, a minimização da dependência de energia não-renovável, empregando, sempre que possível, métodos culturais, biológicos e mecânicos, em contraposição ao uso de materiais sintéticos, a eliminação do uso de organismos geneticamente modificados e radiações ionizantes, em qualquer fase do processo de produção, processamento, armazenamento, distribuição e comercialização, e a proteção do meio ambiente. (BRASIL, 2003).

O artigo 1º da Lei 10.831 evidenciado mostra o alcance da agricultura orgânica, ao nomear os seus benefícios como a oferta de produtos saudáveis isentos de contaminantes químicos e as vantagens sociais, a minimização da dependência de energia não renovável de preservação a diversidade biológica dos ecossistemas naturais.

Para que os alimentos sejam rotulados como orgânicos é importante que eles sejam cultivados e processados de acordo com requisitos específicos definidos pela legislação brasileira — a lei número 10.831, de 23 de dezembro de 2003. Esse regulamento define que os produtos são reconhecidos como orgânicos apenas quando passam por um processo de produção específico e totalmente sustentável, sem danos para o ecossistema local. A regra vale tanto para alimentos consumidos *in natura* — como frutas, verduras e legumes — quanto para produtos processados. Também é importante que os produtores respeitem as normas que garantem a qualidade do ambiente de trabalho e sistematizam métodos de distribuição e comercialização (HENZ, 2016. P.16).

As hortaliças orgânicas hoje fazem parte da vida de muitos brasileiros, por ser um alimento essencial ao desenvolvimento saudável do corpo. A sociedade tem buscado inserir meios de adquirir esses produtos, seja comprando em mercados, feiras ou através da horta doméstica.

### 3.4. HORTALIÇAS E ALIMENTAÇÃO SAUDÁVEL

### 3.4.1. Qualidade nutricional das hortaliças

Os hábitos saudáveis têm sido uma grande preocupação da sociedade exigente, e isso demandou uma inquietação a respeito da qualidade nutricional dos alimentos. A ausência de alguns nutrientes pode causar ao corpo sérios efeitos em virtude da interrupção de atividade básica do corpo. É por esse motivo que uma alimentação saudável precisa abranger todos os nutrientes necessários.

As hortaliças são compostas de uma quantidade de vitaminas e sais minerais diversificadas de acordo com a espécie, elas são ricas em vitaminas: A, C, B1, B5 e minerais: cálcio, fosforo, ferro, enxofre, potássio, flúor, iodo, sódio, cloro, silício, zinco e magnésio, entre outros elementos. Henz (2016, p. 21) fala que as hortaliças são:

Ricas em vitaminas, minerais, fibras e antioxidantes, todas as hortaliças (com exceção de tubérculos e raízes) são compostas majoritariamente por água. Por isso, além de fornecer compostos úteis para a realização de uma série de reações orgânicas, elas também auxiliam na hidratação do corpo, que é constituído aproximadamente por 70% de água. Devido aos nutrientes que possuem, o consumo diário de hortaliças é extremamente benéfico para a saúde. A única vitamina que as hortaliças não possuem é a B12, que está presente somente em alimentos de origem animal como carne, leite e derivados (HENS, 2016, p.21).

Em virtude de seus nutrientes as hortaliças se destacam na alimentação, pois contém muitas vitaminas importantes. Galvão (2015, p.11) fala sobre os teores de hidrato de carbono das olerícolas:

Com relação aos teores de hidrato de carbono as olerícolas com até 5% de hidrato de carbono são todas as verduras (folhas), cogumelos, pepino, rabanete, aspargo, palmito, abóbora, tomate, nabo, brócolis, couve-flor, repolho, berinjela, pimentão e cebola. As olerícolas com 5% a 10% de hidrato de carbono são a ervilha verde (na varagem), feijão verde, quiabo, maxixe, abobrinha italiana, beterraba, chuchu, cenoura e varagem. As olerícolas com cerca de 20% de hidrato de carbono são o inhame, batata, batata-doce, aipim e mandioca (GALVÃO 2015, p.11).

É importante explicar que as olerícolas são tipos de plantas, que são conhecidas também como hortaliças e que engloba as culturas folhosas, raízes, bulbos, tubérculos e alguns frutos como o melão e a melancia. Henz (2016, p. 22) também explica que:

Os legumes e verduras, alimentos comuns na nossa alimentação, pertencem ao grupo das hortaliças. A parte comestível das verduras são as folhas, hastes, flores ou botões. A parte comestível dos legumes são os frutos, sementes,





tubérculos e raízes. O valor nutritivo das hortaliças pertence ao grupo de alimentos conhecidos como reguladores ou protetores, por serem ricos em vitaminas, sais minerais e fibras, nutrientes importantes para regular as funções do corpo e protegê-lo contra vários tipos de doenças. O valor nutritivo varia de acordo com a parte comestível da planta. Entre os nutrientes fornecidos pelas hortaliças, estão as vitaminas, os minerais e as fibras (HENS, 2016, p.22).

Assim, as qualidades nutricionais das hortaliças funcionam como reguladores e, também protetores pelas suas inúmeras vitaminas, sais minerais e fibras que regularizam as funções do corpo.

#### **4.4.2. As hortaliças e a saúde humana**

Uma parcela significativa da sociedade sabe que para ter uma boa saúde é preciso uma alimentação de qualidade, com alimentos que contém vitaminas e nutrientes suficientes para preservar o corpo saudável com energia para exercer as suas funções.

As hortaliças dispõem de uma quantidade benéfica de substâncias que previnem a ocorrência de muitas doenças. Considera-se que as doenças estão correlacionadas a alimentação desregrada e que a ingestão de hortaliças diversas são fontes fundamentais de alimentos tidos como remédio. Campos (2016, p.33) fala sobre a importância de uma boa nutrição para a saúde:

Diante da falta de alguns nutrientes, o corpo pode sofrer graves consequências em virtude da interrupção de alguma atividade básica. É por essa razão que uma alimentação saudável deve conter todos os nutrientes necessários para que a nossa saúde esteja garantida. A desnutrição ocorre quando uma pessoa apresenta a deficiência de algum nutriente, podendo ser desencadeada por uma alimentação insuficiente ou por outros problemas e doenças, como verminoses, anorexia, câncer, problemas de absorção, alergia, intolerância alimentar, etc. Caso não tratada, a desnutrição pode levar a problemas fisiológicos, que, em casos graves, podem desencadear a morte do paciente. Para ter um organismo saudável por completo, é importante ter uma alimentação saudável, com diferentes grupos de alimentos e em quantidade adequada (CAMPOS, 2016, p.33).

A desnutrição é um problema sério que pode agravar a saúde humana, por isso precisa ser tratada com atenção e cuidados alimentares. Por isso as hortaliças ganharam espaço no mercado consumidor. Galvão (2015, p. 32) evidencia que:

As hortaliças fornecem uma quantidade de substâncias que previnem a ocorrência de diversas doenças. Sabe-se que muitas doenças estão relacionadas com maus hábitos alimentares e muitas hortaliças e frutas são fontes importantes de alimentos considerados remédios, são ricas em sais minerais e vitaminas, elementos essenciais á saúde das pessoas. Os minerais, nos alimentos e no corpo, estão combinados na forma de sais, como o cloreto de



sódio, ou com compostos orgânicos como o ferro na hemoglobina do sangue e o enxofre nas proteínas. A ausência ou o excesso de sais minerais causa problemas ao organismo humano (GALVÃO, 2015, p. 32).

Os antepassados (e ainda hoje), utilizaram as hortaliças com fins fitoterápicos, por exemplo; o chá de alface para acalmar, chá de coentro para desconforto e dores de barriga em bebês, couve batida para desinchar, o manjericão também é uma das opções de remédios naturais para aliviar dores de cabeça, chá com as folhas frescas de hortelã alivia dores de estômago dentre outros.

Segundo Quissak (2020, p. 03), “a acelga é um folhoso rico em vitaminas, minerais e antioxidantes. Trata-se de uma hortaliça importante para todas as pessoas, principalmente para as crianças.”

A alimentação adequada e com produtos saudáveis tem sido motivo de preocupação para alguns pais, já que muitos deles tem dificuldades em inserir as hortaliças nas refeições dos pequenos.

Segundo Galvão (2015, p.18) as hortaliças são complemento alimentar vitamínico, como está expresso em sua fala:

As hortaliças não são alimentos volumosos ou básicos ricos em carboidratos e proteínas, produtores de energia, mas, são somente um complemento vitamínico mineral indispensável ao equilíbrio alimentar do ser humano. As hortaliças são ricas em sais minerais e vitaminas, elementos essenciais à saúde das pessoas. Os minerais, nos alimentos e no corpo, estão combinados na forma de sais, como o cloreto de sódio, ou com compostos orgânicos como o ferro na hemoglobina do sangue e o enxofre nas proteínas. A ausência ou o excesso de sais minerais causa problemas ao organismo humano (GALVÃO, 2015, p. 18).

O atual momento de pandemia foi o estopim para que muitas pessoas passassem a se preocupar mais com a saúde, bem-estar físico e psicológico. Então passaram a dar preferência às hortaliças, principalmente às cultivadas sem adição de agrotóxico que é prejudicial à saúde. Campos (2016, p. 14) descreve que:

O aumento do uso de produtos químicos na agricultura tem gerado preocupação crescente quanto aos riscos à saúde humana e ao meio ambiente. Tal preocupação decorre dos inúmeros casos de doenças registradas em seres humanos e problemas ambientais às quais parecem ter os agrotóxicos como agentes etiológicos. Dentro desse contexto, há uma crescente demanda mundial por alimentos produzidos de forma orgânica, isto é, com a ausência de fertilizantes químicos, antibióticos entre outras drogas usualmente utilizadas, o que os tornam mais saudáveis (CAMPOS, 2016, 14).

As hortaliças são importantes, uma vez que a preocupação com a contaminação dos alimentos por agrotóxico e o cuidado com o sobrepeso, hipertensão, diabetes entre outros problemas de saúde que acometem o ser humano, podem ser resolvidos com uma alimentação saudável e de qualidade.

#### **4.4.3. Comer bem, para viver melhor**

Para viver mais e com saúde, é preciso comer bem. Muitas pessoas pensam que comer bem é comer alimentos sofisticados ou ingerir uma grande quantidade. Mas não é bem assim, comer bem é usufruir de uma refeição balanceada rica em nutrientes.

Thawana (2020) nutricionista faz o seguinte questionamento: A relação entre comer bem e viver melhor parece bastante intuitiva, mas você sabe exatamente por que isso acontece? Logo ela explica que comer bem não é difícil basta adicionar no prato 25% de Carboidrato, 25% de proteína e 50% de vegetais e frutas além de beber pelo menos 2 litros de água por dia.

Pesquisadores tem pontuado a relação de uma alimentação saudável para conseguir uma qualidade de vida e, sinalizando para a relação entre a forma de se alimentar e a saúde humana:

Atualmente, existe uma preocupação por grande parte da população em comer bem e viver melhor. Portanto, consumir mais frutas e hortaliças irá contribuir para uma alimentação saudável e conseqüentemente uma vida melhor. Sobretudo, estudos mostram que maneira geral o nosso risco de morrer é determinado 25% pela genética e 75% por outros fatores sendo o mais importante, a alimentação escolhida. Sendo assim, inúmeros trabalhos mostram que a restrição ou redução calórica aumenta a longevidade. Contudo, uma boa alimentação também auxilia na prevenção de doenças, tornando tratamentos mais eficazes e favorecendo o paciente com uma recuperação mais rápida. Além de fazer bem para a pele, cabelos e unhas (MARQUES, 2018, p. 11).

Em conformidade, “uma das principais causas do envelhecimento é a presença de radicais livres pelo organismo. Para combater essas substâncias de maneira natural, o mais indicado é manter uma alimentação rica em antioxidantes” (THAWANA, 2020, p.04).

Compreende-se que comer bem não é tão complicado como parece, basta dosar as refeições com frutas, hortaliças e outros nutrientes encontrados na carne e nos grãos e conseqüentemente viverá melhor, pois consumirá nutrientes importantes para se ter uma boa saúde e dessa forma fará jus a frase “comer bem, para viver melhor”.

### 3.5. RAW FOOD

Em português, Raw Food significa comida crua, no entanto, muitos adeptos desse tipo de alimentação usam outras expressões para defini-la, como “alimentação viva” e “alimentação com vida”.

Como o seu próprio nome indica, trate-se de uma alimentação baseada em alimentos crus ou cozidos até no máximo 42°C. Outra questão bastante importante, referente a esse tipo de dieta, é que seus seguidores acreditam que quando se cozinha demais os alimentos perdem enzimas e menores serão os efeitos terapêuticos da refeição. Bianconi (2020, p.03) explica de forma abrangente:

Os adeptos dessa dieta comem frutas, legumes, verduras, grãos e sementes, mas tudo cru. Cientificamente, é fato que os alimentos, ao serem aquecidos, perderão propriedades, e seus nutrientes e enzimas naturais são destruídos ou se desnaturam durante o processo. O superaquecimento destrói as enzimas. Sabemos que essas enzimas ajudam na digestão, e uma vez que tiveram sua capacidade digestiva reduzida, o organismo terá que lançar mão de suas próprias enzimas, postergando a digestão. Muitas vezes, aquela sensação de má digestão, lentidão e sonolência após as refeições se deve a isso. (BIANCONI, 2020, p.03).

A alimentação raw food é mais segura, pois possibilita aos adeptos cultivar seu próprio alimento, permitindo uma refeição livre de agrotóxicos de origem e procedência confiável para o consumo. Kosachenco (2020, p. 01) diz que:

Raw food não é sinônimo de salada, já que, há pratos super elaborados com técnicas diferentes de fermentação, desidratação e germinados. Portanto, dentre os vários motivos para experimentar a dieta crua estão benefícios como melhor disposição física e mental, melhora no sistema imunológico e digestório e promoção de desintoxicação corporal. Além disso, alguns especialistas afirmam que a raw food pode ajudar no combate a doenças crônicas, cardiovasculares e até, reduzir o risco de câncer.

Na raw food não se permite a ingestão de produtos alimentícios congelados, processados, industrializados ou refinados. Ou seja, a alimentação deve ser baseada em comida feita com alimentos crus, orgânicos e pouco cozidos. Pois os alimentos elevados à alta temperatura desnatura a maior parte de suas vitaminas, tirando assim grande parte dos seus benefícios.

Bianconi (2020, p.03) fala que por ser uma dieta que evita alimentos processados, a Raw Food possui benefícios, a saber: Melhora no sono e na disposição



física e mental; melhora no sistema imunológico; mais força para pele, unhas e cabelos e melhora na digestão promovendo a desintoxicação orgânica do corpo.

Assim, percebe-se que a dieta raw food traz consigo benefícios importantes que podem melhorar a disposição física e mental, além de melhorar a imunidade e auxiliar a desintoxicação orgânica do corpo melhorando e dando vitalidade a pele, unhas e cabelo.

Kosachenco (2020, p. 01) explica sobre o cardápio dos adeptos da dieta *Raw Food*, segundo seus adeptos, é composto por diversos alimentos disponíveis na natureza. Por exemplo: Frutas; sejam elas in natura, batidas como sucos e vitaminas ou desidratadas; legumes e verduras cruas ou também na forma de sucos; oleaginosas desde que não sejam torradas. Também valem seus derivados, como leites e manteigas de castanhas, desde que não sejam cozidos; cereais e leguminosas; sementes e brotos; óleos prensados a frio – azeite de oliva, óleo de coco, entre outros; algas marinhas; alimentos fermentados; laticínios e ovos crus desde que venham direto da vaca ou da galinha, sem nenhum tipo de processo de pasteurização e carnes e peixes crus.

Esses são os alimentos permitidos na dieta *Raw Food*. Alguns dos vetados são os cozidos, fritos ou assados em alta temperatura, nozes e sementes torradas, óleos e açúcares refinados, sucos pasteurizados e laticínios e outros alimentos processados. Bianconi (2020, p.04) fala:

A dieta viva não impõe simplesmente regras de alimentação, mas envolve um estilo de vida: um modo de cuidar do nosso corpo, nossa casa, nossa família e nosso meio-ambiente. Por exemplo, para limpar a casa, utilizem apenas produtos naturais, como vinagre ou bicarbonato; os cosméticos, com essências naturais, como azeite de coco; e na cozinha, recipientes de vidro (melhores para o armazenamento de alimentos a longo prazo), panelas enlouçadas e de ferro (nunca de teflon ou alumínio). Além de rodear-se de plantas e ervas, que logo podem ser utilizadas para preparar os alimentos e, sobretudo, manter sempre um pensamento positivo. Sem sombra de dúvidas, esse tipo de alimentação tem enormes efeitos no bom funcionamento de nossos órgãos e na prevenção de enfermidades, sobretudo por sua contribuição de vitaminas e minerais. De toda forma, não demos considerar a alimentação viva como o remédio para todos nossos males. O segredo está no equilíbrio. Por isso, sempre temos que consultar um especialista quando fazemos mudanças em nossa rotina alimentícia, ainda mais se forem mudanças radicais.

É importante evidenciar que ao contrário do que muitos pensam esse tipo de alimentação não é considerada uma dieta para ganhar ou perder peso, trata-se de um estilo de vida saudável.

#### 4. CONCLUSÃO



Através desse estudo buscou-se analisar o retorno do cultivo da horta doméstica e os reflexos na alimentação saudável. Mesmo a pesquisa sendo inteiramente bibliográfica essa demonstrou que o retorno da horta doméstica se intensificou e fortaleceu em decorrência do atual momento de pandemia em que as pessoas têm passado grande parte do seu tempo em casa. Isso fez com que aumentasse a preocupação com a saúde física e mental, desencadeando assim a preocupação em plantar seus próprios alimentos.

Identificou-se que as hortas em casa são importantes pelos diversos benefícios que elas podem proporcionar a vida dos seres humanos. A horta pode promover muitas vantagens à vida das pessoas envolvidas nessa prática. Por meio da horta doméstica pode-se melhorar a alimentação, pois se alimentará com produtos de qualidade, boa procedência e sem a adição de agrotóxicos, além de permitir satisfação em cultivar seus alimentos e proporciona também o bem-estar físico e mental. Os dados das pesquisas levantadas sinalizaram que ter e manter uma horta em casa ajuda na reeducação alimentar, economia doméstica e pode ser uma excelente ferramenta para controle de ansiedade, pois é uma forma de terapia.

Assim, compreendeu-se que as vantagens de ter uma horta em casa são muitas, por esse motivo, muitas pessoas têm se motivado a cultivar hortaliças. O plantio e cultivo de hortaliças pode ser uma ação integrada ao dia a dia, é um meio de atingir o bem-estar em meio à movimentada vida urbana.

Explicou-se na pesquisa que os alimentos orgânicos ganharam espaço na preferência dos consumidores por serem produtos saudáveis, seguro e ajudar na preservação do meio ambiente, eles são produzidos de forma natural evitando danificar o solo, além de não fazer uso de agrotóxicos e fertilizantes.

Os hábitos saudáveis têm sido uma grande preocupação da sociedade exigente, e isso demandou uma inquietação a respeito da qualidade nutricional dos alimentos. A ausência de alguns nutrientes pode causar ao corpo sérios efeitos em virtude da interrupção de atividade básica do corpo. É por esse motivo que uma alimentação saudável precisa abranger todos os nutrientes necessários.

Através do estudo, entendeu-se que as hortaliças dispõem de uma quantidade benéfica de substâncias que previnem a ocorrência de muitas doenças. Considera-se que as doenças estão correlacionadas a alimentação desregrada e que a ingestão de hortaliças diversas são fontes fundamentais de alimentos tipos como remédio.



Muitas pessoas superaram os desafios e mostraram a criatividade, pois além de plantar em pneus elas também decoram as suas casas e quintais. E assim podem usufruir de produtos fresquinhos e de qualidade, mostrando que todos podem ter uma horta, basta querer e colocar em ação, superando dessa forma os obstáculos relacionados aos cuidados com a alimentação, saúde física e mental e proporcionar sabor ao prato.

A pesquisa revelou que a dieta raw food não se permite a ingestão de produtos congelados, processados, industrializados ou refinados. Ou seja, permite-se apenas comida crua, orgânica e pouco cozida. Pois os alimentos elevados à alta temperatura desnatura a maior parte de suas vitaminas, tirando assim grande parte dos seus benefícios. Além de ter explanado que não se trata de uma dieta para ganho ou perda de peso, mas sim um estilo de vida. Esse estilo de vida, tem incentivado as pessoas a produzirem seus próprios alimentos, sendo uma dessas ações o cultivo de hortas domésticas.

Em suma, uma parcela significativa das pessoas sabe que para ter uma boa saúde é preciso uma alimentação de qualidade, com alimentos que contém vitaminas e nutrientes suficientes para preservar o corpo saudável com energia para exercer as suas funções.

Portanto, conclui-se que para viver mais e com saúde, é preciso comer bem. Muitas pessoas pensam que comer bem é comer alimentos sofisticados ou ingerir uma grande quantidade. Mas não é bem assim, comer bem é usufruir de uma refeição balanceada rica em nutrientes. E as hortaliças desempenham um importante papel nessa empreitada, assim compreende-se a volta da horta em casa e a preocupação das pessoas com a saúde, economia e bem-estar físico e psicológico.

## REFERÊNCIAS

ABREU, A M. **Hortas urbanas – contributo para a sustentabilidade. Caso de estudo: “Hortas comunitárias de Cascais”**. 2012.

ALMEIDA, Mário de Souza. **Elaboração de projeto. TCC, dissertação e tese**. 2.ed.São Paul-SP,Atlas,2014.

BLAZZO, P. P. **Campo e rural, cidade e urbano: distinções necessárias para uma perspectiva crítica em Geografia Agrária**. RJ 2007.

BIANCONI, Nara. **Raw food: tudo o que você precisa saber sobre alimentação crua ou viva**. Disponível em <https://festivalilumina.com/saude-e-bem-estar/raw-food-tudo-o-que-voce-precisa-saber-sobre-alimentacao-crua-ou-viva/2020> Acesso em 07/09/2020



BRANCO, M. **Hortas urbanas e periurbanas: o que nos diz a literatura brasileira?** Horticultura Brasileira, v. 29, n. 3. 2011.

BRASIL. **Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento.** Lei Nº 10831, de 23 de dezembro de 2003. Publicado no Diário Oficial da União, Brasília, 2003.

CAMPOS, Flávia Milagres. **Determinação dos teores de vitaminas C em hortaliças minimamente processadas.** Alimentação Nutrição. Araraquara, v.19, n.3, São Paulo. 2016.

CAMPOY, T.J. (2016). **Metodología de la investigación científica.** Manual para la elaboración de tesis y trabajos de investigación. Asunción, Py: Marben.

CLEMENTE, Flávia M. V. T. **Horta em pequenos espaços.** Editoras Técnicas. BRASILIA- DF 2017.

CRIBB, S. L. de S. P. **Contribuições da educação ambiental e horta escolar na promoção de melhorias ao ensino, à saúde e ao ambiente.** REMPEC - Ensino, Saúde e Ambiente, 2010.

FELDENS, Leopoldo. **O homem, a agricultura e a história.** Lajeado: Editora Univates, 2018.

FERREIRA, Aurélio Buarque de Holanda. **Dicionário Aurélio de Língua Português.** 5ª edição. Positivo. Curitiba 2010.

GALVÃO, Affonso Almeida. **Horticultura.** Revista Científica Rural, Bagé RS, 2015.

GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa.** 9. ed. São Paulo: Atlas, 2011.

GUIMARAES, Maria Beatriz Lisboa. **Horta orgânica: segurança alimentar do campo à mesa.** EMDAGRO, Aracaju 2014.

HENZ, Gilmar Paulo. **Produção orgânica de hortaliças. O produtor pergunta, a Embrapa responde.** Embrapa Informação Tecnológica Brasília, DF 2016.

HOUAISS, Antônio. **Dicionário Houaiss da língua portuguesa.** Rio de Janeiro: Objetiva, 2009.

KOSACHENCO, Camila. **Raw food: conheça a alimentação baseada no consumo dos alimentos crus.** Disponível em <https://gauchazh.clicrbs.com.br/comportamento/noticia/2015/06/raw-food-conheca-a-alimentacao-baseada-no-consumo-dos-alimentos-crus-4784166.html> Acesso em 07/09/2020

LEAL, Regina; SCHIMIM, Elaine. **A horta como possibilidade de alimentação saudável.** Paraná 2016.

LEMOS, Rafael. **Da terra para a mesa: G1 As hortas em casa podem ganhar mais espaço em tempos de pandemia.** Disponível em: <https://g1.globo.com/mg/noticia/2020/05/24/da-terra-para-a-mesa-g1-zona-da-mata-mostra-que-as-hortas-em-casa-podem-ganhar-mais-espaco-em-tempos-de-pandemia.ghtml>. Acesso em 22/10/2020. RJ 2020.

MARQUES, A. C. de O. **A contribuição da agricultura familiar na produção agropecuária do Brasil a partir do censo agropecuário.** São Paulo, 2011.

MARQUES, Beatriz. **As hortaliças e a importância de uma alimentação saudável.** Editora: Mundo Natural. São Paulo 2018.





MINAYO, M.C. de S. **Pesquisa social: teoria, método e criatividade**. 22 ed. Rio de Janeiro: Vozes, 2008.

MACHADO, C. T. **Agricultura urbana. Planaltina**, DF: EMBRAPA Cerrados. São Paulo, 2009.

NERES, Isaias. **Receitas de saladas**. Disponível em <https://cybercook.com.br/receitas/saladas/salada-de-folhas-verdes-119117>. Acesso em 07/09/2020

PENAFORTE, Raquel. **Hortas caseiras viram moda na quarentena; Plantio reduz idas ao mercado**. Disponível em: <https://www.otempo.com.br/coronavirus/hortas-caseiras-viram-moda-na-quarentena-plantio-reduz-idas-ao-mercado-1.2334551>. Acesso em 22/10/2020. Belo Horizonte. 2020.

QUISSAK, Aline. **Acelga: 5 receitas deliciosas e benefícios comprovados**. Disponível em: <https://www.remedio-caseiro.com/accelga/>. Acessado em 31/10/2020.

THAWANA Roberta. **Comer bem para viver melhor**. Disponível em <https://noticias.uol.com.br/saude/ultimas-noticias/redacao/comer-bemaumenta-as-chances-de-uma-vida-saudavel-e-mais-longa.htm>. Acesso em 31/10/2020

TIRAPEGUI, Julio. **Nutrição: coma bem e viva melhor**. São Paulo: Contexto, 2015.



## BIOSSEGURANÇA EM LABORATÓRIOS DE ANÁLISES CLÍNICAS E MICROBIOLÓGICAS: UMA ABORDAGEM GERAL

Ana Paula OLIVEIRA SOUZA DIAS<sup>20</sup>  
Fernanda SPAGNOL PAGANOTO<sup>21</sup>  
Nathália dos SANTOS LIMA<sup>22</sup>  
Geíse PINHEIRO PINTO<sup>23</sup>  
Thayse FRANÇA TOSTO<sup>24</sup>  
Selma CUNHA DOS SANTOS<sup>25</sup>

### RESUMO

Profissionais da área de saúde com atividades em hospitais, clínicas, consultórios, laboratórios, dentre outros, estão sujeitos diariamente a riscos de acidentes e/ou contaminações pelos materiais utilizados, o que pode vir a lesionar não só o funcionário atuante em tais ambientes como também os seus clientes/pacientes. Métodos específicos de segurança a estes ambientes são estabelecidos pelo sistema de Biossegurança Nacional, os quais são respaldados por normas, órgãos e legislações vigentes. No entanto, mesmo com os estudos e informações disseminados, ainda é constatado uma presente falha na implantação e principalmente na manutenção dos procedimentos para se alcançar um sistema seguro nestes locais de trabalho. Diante a tal realidade, questiona-se como é possível que tais falhas sejam tão frequentes? Qual a lacuna a ser preenchida? Assim, diante a problemática apresentada e voltando-se a atenção para à segurança dos trabalhadores, o presente artigo tem por objetivo realizar um levantamento dos pontos técnicos e teóricos a respeito da aplicabilidade da Biossegurança em laboratórios de análises clínicas e microbiológicas no Brasil, ressaltando os tipos de perigos e riscos em sua implantação errônea. A abordagem utilizada foi de cunho qualitativo, sendo a pesquisa desenvolvida através de fontes bibliográficas e documentais, por meio de órgãos e normas estabelecidas na legislação brasileira. Com a análise das informações obtidas, foi constatado a real existência das regras a serem seguidas, sendo os principais motivos dos acidentes, os próprios funcionários.

**Palavras- chaves:** proteção, análises clínicas, segurança do trabalho

---

<sup>20</sup> Ana Paula Oliveira Souza Dias, Pós-graduando(a) em Microbiologia de Alta Complexidade, pelo Núcleo de Pós-graduação, Pesquisa e Extensão – NUPPE pela Faculdade do Sul da Bahia – FASB. [oliver.souza.paula@gmail.com](mailto:oliver.souza.paula@gmail.com).

<sup>21</sup> Mestre em Engenharia e Ciência de Alimentos. Docente da FACISA/BA. [fernandapaganoto@hotmail.com](mailto:fernandapaganoto@hotmail.com).

<sup>22</sup> Mestre em Genética e Biologia Molecular. Docente da FACISA/BA. E-mail: [nathaliads.limaa@gmail.com](mailto:nathaliads.limaa@gmail.com).

<sup>23</sup> Doutora em Psicologia Social. Docente da FACISA/BA. E-mail: [geise.ppinto@gmail.com](mailto:geise.ppinto@gmail.com).

<sup>24</sup> Doutora em Genética e Biologia Molecular. Docente da FACISA/BA. E-mail: [thayse.franca@facisaba.com](mailto:thayse.franca@facisaba.com).

<sup>25</sup> Especialista em Gestão de Projetos. Docente da FACISA/BA. E-mail: [selmacunha76@hotmail.com](mailto:selmacunha76@hotmail.com).



## ABSTRACT

Health professionals with activities in hospitals, clinics, laboratories, among others, are subject to daily risk of accidents and / or contamination by the materials used, which may injure not only the employee acting in such environments but also your clients / patients. Specific safety methods to these environments are established by the National Biosafety system, which are backed by existing norms, bodies and laws. However, even with the studies and disseminated information, a present failure in the implantation and mainly in the maintenance of the procedures to reach a safe system in these places of work is still verified. Faced with such a reality, one wonders how it is possible that such failures are so frequent? What is the gap to fill? Thus, in view of the problems presented and the focus on worker safety, this article aims to carry out a survey of the technical and theoretical points regarding the applicability of Biosafety in laboratories of clinical and microbiological analysis in Brazil, highlighting the types of hazards and risks in their erroneous implementation. The approach used was qualitative, being the research developed through bibliographical and documentary sources, through organs and norms established in the Brazilian legislation. With the analysis of the information obtained, the actual existence of the rules to be followed was verified, being the main reasons for the accidents, the employees themselves.

**Keywords:** protection, clinical analysis, occupational safety.

## 1. INTRODUÇÃO

Com o advento da biologia molecular novas técnicas de trabalho foram sendo desenvolvidas, de acordo aos produtos que estavam sendo manipulados. Paralelo a tais avanços, o sistema de segurança do trabalho foi ampliando sua área de abrangência profissional, exigindo a elaboração de normas e procedimentos para que pudessem levar a execução de atividades com o menor risco possível, surgindo a chamada Biossegurança (MASTROENI, 2008). Assim, materiais manuseados em laboratórios, como líquidos biológicos, microrganismos, produtos químicos e/ou sólidos e substâncias radioativas, foram consideradas como possíveis fontes potenciais de acidentes e de contaminações.

Diante aos avanços alcançados por meio de estudos, sabe-se que laboratórios de análises clínicas e microbiológicas apresentam um conjunto de particularidades que podem representar riscos potenciais tanto para os profissionais que ali trabalham, como para os pacientes que os frequentam, ocasionando acidentes de trabalho e/ou doenças, podendo levar até mesmo a morte (FRANCO; ZANDONADI, S/A). Os conhecimentos a respeito dos manuseios de materiais biológicos, químicos e físicos tratam de mais de dois mil anos, e mesmo assim é possível observar falhas no quesito segurança à vida envolvendo estas atividades, brechas que deixam rotineiramente o sistema de

Biossegurança a desejar, seja em ambientes acadêmicos ou de atendimento ao cliente (MASTROENI, 2008).

Diante a tal realidade, questiona-se como é possível que tais falhas sejam tão frequentes? Qual a lacuna a ser preenchida ou eliminada? Visto a existências de regras, legislações e Normas Regulamentadoras voltadas às diversas áreas profissionais da saúde, acredita-se que a falta destes não seja o problema para eliminar e/ou minimizar os riscos, mas sim o comportamento inadequado dos profissionais envolvidos nas atividades relacionadas (FRANCO; ZANDONADI, S/A).

Frente aos riscos ligados as atividades laborais e voltando-se a atenção para à segurança dos trabalhadores, este artigo visa abordar pontos técnicos e teóricos a respeito da aplicabilidade da Biossegurança em laboratórios de análises clínicas e microbiológicas, ressaltando os perigos e os riscos em sua implantação errônea e na falta de uma manutenção eficaz.

## **2. MATERIAIS E MÉTODOS**

Segundo Gerhardt et al. (2009, p. 11), a metodologia científica de uma pesquisa é de fundamental importância para os resultados alcançados “é, portanto, o caminho em direção a um objetivo; metodologia é o estudo do método, ou seja, é o corpo de regras e procedimentos estabelecidos para realizar uma pesquisa, busca através de um estudo/técnica realizar determinado objetivo através de métodos aos quais resultam em tal proeza”.

A presente pesquisa foi desenvolvida através de uma abordagem qualitativa, que segundo Cyriaco et al. (2017, p. 5), a abordagem qualitativa “deve seguir metodologia coerente, a fim de responder ao tema em questão e de fornecer uma interpretação lógica dos dados coletados para embasar as conclusões de forma racional”.

Para a realização da presente pesquisa bibliográfica, foram utilizados para o levantamento das informações, artigos, livros, manuais, normas regulamentadoras, protocolos, leis, diretrizes, todos criteriosamente avaliados e selecionados. O local referente para o estudo foi o Brasil, tendo como análise as regras vigentes neste país.

O artigo buscou mostrar a existência de parâmetros já pré-existentes visando a segurança do trabalho em ambientes laborais com atividades microbiológicas, radioativas

e de análises clínicas. E diante a referida verificação, tentar encontrar como é possível a existência permanente de acidentes em tais locais.

### 3. REVISÃO TEÓRICA

#### 3.1. O QUE É BIOSSEGURANÇA?

Biossegurança compreende um conjunto de medidas destinadas a prevenir, controlar, minimizar ou eliminar riscos inerentes às atividades de pesquisa, produção, ensino, desenvolvimento tecnológico e prestação de serviços, que possam interferir ou comprometer a qualidade de vida, a saúde humana e dos animais, além do meio ambiente (brasil, 2010; COSTA ET AL., 2007).

Para uma adequada aplicação das diretrizes de Biossegurança, é importante o estudo do ambiente de trabalho e a prevenção das doenças destes originadas, o que nos leva as avaliações da higiene ocupacional. *Olishifski* conceitua higiene ocupacional como:

“aquela ciência e arte devotada à antecipação, ao reconhecimento, à avaliação e ao controle dos fatores de risco ou estresse ambientais originados no – ou a partir do – local de trabalho, os quais podem causar doenças, prejudicar a saúde e o bem-estar, ou causar significante desconforto sobre os trabalhadores ou entre os cidadãos de uma comunidade” (SALIBA, 2011).

As ações de Biossegurança no sistema de saúde são primordiais para a promoção e manutenção do bem-estar e proteção à vida, de todos aqueles que transitem no ambiente de trabalho envolvido. No Brasil a Biossegurança começou a ser institucionalizada a partir da década de 80, quando o país tomou parte do Programa de Treinamento Internacional em Biossegurança, ministrado pela Organização Mundial de Saúde (OMS), deixando-o assim com conhecimentos científicos e tecnológicos aptos a propiciar condições favoráveis aos seus ambientes de trabalho os quais estejam inseridos em tal abordagem (BRASIL, 2010).

Ao se tratar de Biossegurança, o Ministério da Saúde (MS), atua em conjunto com outras entidades, como a Comissão de Biossegurança em Saúde (CBS), instituída pela Portaria GM/MS nº 1.683, de 28 de agosto de 2003, que é coordenada pela Secretaria de Ciência, Tecnologia e Insumos Estratégicos (SCTIE) e composta pelas Secretarias de Atenção à Saúde (SAS) e de Vigilância em Saúde (SVS), pela Assessoria de Assuntos Internacionais em Saúde (AISA), pela Fundação Nacional de Saúde (FUNASA), pela

Fundação Oswaldo Cruz (FIOCRUZ), e pela Agência Nacional de Vigilância Sanitária (ANVISA) (BRASIL, 2010).

Seja qual for a área avaliada, hospitais, postos de saúde, clínicas ou laboratórios, todos possuem regras já pré-definidas, sejam estas por meio de normas, manuais, cartilhas e/ou instruções normativas regulamentadoras, descrevendo as exigências solicitadas, prevenções e orientações para que o sistema de Biossegurança seja implantado e seguido.

### 3.2. CASOS DE ACIDENTES

Atividades realizadas em laboratórios de análises radiológicas, clínicas e microbiológicas, podem expor as pessoas que ali trabalham a contaminações infecciosas ou radioativas as quais podem ser transmissíveis ou não. Na virada do século foram publicados relatórios sobre atividades microbiológicas, que descreveram casos de tétano, cólera, mormo, tifo e brucelose em ambientes laboratoriais (EVANS, 1903).

Em 1940 iniciou-se os estudos relacionados ao mapeamento de riscos e acidentes ocorridos em laboratórios de pesquisa. De lá até 1970, pesquisadores americanos publicaram resultados de estudos os quais envolviam cerca de 4 mil casos de infecções adquiridas em laboratórios de todo mundo que levaram a 168 mortes. Estes estudos evidenciaram que os principais acidentes ocorridos, foram devido riscos físicos, tendo o manuseio de agulhas e seringas seu maior índice, seguidos de contaminações químicas e biológicas geradas por respingos, aerossol e derramamento de soluções. A manipulação inadequada de agulhas e seringas perfurocortantes continuam sendo uma grande causa de acidentes na área da saúde, seja em ambientes profissionais ou acadêmicos. O grande problema deste tipo de ocorrência, são as possíveis transmissões de doenças, como a contaminação da Síndrome da Imunodeficiência Adquirida, pelo vírus do HIV (MASTROENI, 2008).

Sulkin e Pike publicaram em 1951 a segunda série de pesquisas fundamentada em questionários enviados a laboratórios, onde constatou que a brucelose era a infecção mais constantemente relatada como adquirida em atividades laboratoriais, seguida de tularemia, tifo e a infecção estreptocócica. O interessante, foi observar que apenas 16% de todas as infecções estavam associadas a acidentes documentados e a maioria desses também foram por uso inadequado de pipetas, seringas e agulhas, transmitindo assim a doença (LARSON ET AL., 1983).



Ocorreu no Brasil, em setembro de 1987 na cidade de Goiânia/Go, um grave acidente radioativo com o Césio-137, quando um aparelho de radioterapia foi abandonado em local não apropriado por uma clínica desativada, sendo então levado por dois homens com o intuito de desmontá-lo e vender suas peças ao ferro velho. Assim então o fizeram, porém permaneceram com uma das peças, que continha partículas brilhantes e encantadoras, sem saberem que na verdade estavam correndo risco de vida e colocando todos ao seu redor em situação de perigo, pois as partículas se tratava do Césio-137. Tal ocorrido demonstrou a dificuldade que os órgãos em Biossegurança enfrentavam não só para sua implantação, mas também para sua manutenção, mesmo tendo o apoio da vigilância sanitária e ambiental, e com ações de apoio técnico aos municípios (BRASIL, 2010).

Outro ponto que merece mais atenção são as aulas práticas nas universidades e faculdades, onde deixam alguns pontos falhos, tais como: laboratórios cheios com apenas um professor (o que dificulta e muito o controle deste para com a turma); alunos pipetando com a boca; uso de sapatilhas ao invés dos sapatos fechados (o que pode ocasionar acidentes ao cair substância na parte superior do pé); a falta de conhecimento dos sinais e placas informativas por parte dos ali presentes ou até mesmo a falta destas informações nas paredes dos laboratórios; o uso de reagentes vencidos e o descarte inadequado dos materiais após a realização do experimento, podendo até mesmo ser materiais biológicos ou perfurocortantes.

Outro ponto básico, e que muitas vezes é esquecido pelos profissionais, é a higienização correta das mãos. Especialistas da ANVISA (2005) mencionam que, um profissional de saúde que não lava as mãos com a frequência adequada e de forma correta geram riscos ao ambiente que se encontram [1]. A falta de cuidado com a lavagem das mãos, é uma ação rotineiramente observada, o que pode vir a ocasionar contaminações cruzadas levando a proliferação de contaminações microbiológicas.

Mesmo estando todos os procedimentos operacionais realizados de forma correta, não se deve menosprezar o ato de descarte dos materiais, visto que os resíduos e materiais já utilizados devem cada um ser descartados de forma adequada, de acordo a sua natureza, visto que o descarte inadequado do lixo laboratorial, microbiológico e radioativo, podem levar as contaminações para fora do ambiente de trabalho.

A partir dos casos relatados é possível observar que os fatores relevantes para a ocorrência de acidentes envolvendo a Biossegurança, não se limita apenas aos agentes

biológicos, mas também podem ser influenciados por agentes químicos, físicos, sociais e ergonômicos (BRASIL, 2010).

### 3.3. NÍVEIS DE BIOSSEGURANÇA

Com o intuito de tornar as atividades laboratoriais mais seguras, a Biossegurança foi dividida em quatro níveis: NB-1, NB-2, NB-3 e NB-4, tendo como agentes envolvidos as bactérias, fungos, parasitos e os vírus. As recomendações para estes níveis, com os agentes específicos, foram feitas baseando-se no risco potencial do agente, em sua função ou no tipo de atividade laboratorial desenvolvida. Os quatro níveis de Biossegurança são aplicáveis a qualquer tipo de laboratório que realize atividades com materiais biológicos, tais como de análises clínicas e microbiológicas, de pesquisa, acadêmicos, de produção e/ou de diagnósticos. Para a determinação destes níveis, foram analisados a combinação das práticas e técnicas realizadas nos diversos laboratórios, o ambiente de trabalho, as instalações, os equipamentos de proteção individual e coletivo (BRASIL, 2010b; RICHMOND, 2015).

Cada nível de Biossegurança, tem uma Classe de Risco correspondente, na mesma ordem crescente, envolvendo cuidados e procedimentos específicos para garantir a saúde do manipulador e do cliente. Segundo o documento “Classificação de Risco dos Agentes Biológicos”, do Ministério da Saúde, os agentes biológicos são classificados em quatro classes de risco, de acordo ao potencial que representam (BRASIL, 2010b).

Estas classes de risco apresentam, resumidamente, as seguintes particularidades:

- **Classe de Risco 1:** os agentes biológicos não causam infecções ou qualquer outro tipo de doença no homem e/ou animais sadios. Exemplo: *Lactobacillus sp.*, *Bacillus subtilis* (BRASIL, 2010b; FRANCO, N. C., ZANDONADI, s/a).
- **Classe de Risco 2:** os agentes biológicos podem provocar infecções tanto no homem como nos animais, porém o risco de disseminação para a comunidade e meio ambiente são baixos e limitados. Exemplo: *Toxoplasma ssp.*, *Schistosoma mansoni*, Vírus da Rubéola (BRASIL, 2010b; FRANCO, N. C., ZANDONADI, s/a).
- **Classe de Risco 3:** os agentes biológicos provocam infecções as quais podem ser graves ou letais, no homem e nos animais. O risco para a comunidade é limitado, podendo se propagar de indivíduo para indivíduo, por via respiratória, mas existem medidas de prevenção e de tratamento. Aos manipuladores representam um sério



risco. Exemplo: *Bacillus anthracis* e Vírus da Imunodeficiência Humana (HIV) (BRASIL, 2010b; FRANCO, N. C., ZANDONADI, s/a).

- **Classe de Risco 4:** neste caso tanto o risco individual como o para a comunidade são elevados. Os agentes biológicos apresentam elevado poder de propagação, sendo altamente patogênicos para o homem, os animais e para o meio ambiente. A transmissão pode ocorrer por via aérea ou de forma desconhecida, o que prejudica a forma de prevenção e tratamento. Exemplo: Vírus Ebola e Vírus Lassa (BRASIL, 2010b; FRANCO, N. C., ZANDONADI, s/a).
- Como mencionado anteriormente, não apenas os riscos biológicos estão envolvidos nos estudos da Biossegurança, mas todos aqueles que podem de alguma forma prejudicar a saúde humana ou animal. Com isso surge a atenção para outras formas de perigo, os quais podem influenciar no aparecimento e manifestação dos riscos, são eles:
  - *Perigos Físicos:* ruído, calor, vibração, radiação ionizante e não ionizante, frio, luz, eletricidade.
  - *Perigos Químicos:* gases, poeira, fumo, névoas, neblinas.
  - *Perigos Ergonômicos:* ligados as características das condições de trabalho que possam interferir nas condições psicofisiológicas dos trabalhadores, de modo a proporcionar o máximo de conforto, segurança e eficiência no seu trabalho. Entre as condições de trabalho destacam-se: levantamento, transporte e descarga de materiais, mobiliário, condições ambientais de conforto, a organização do trabalho, a monotonia, a repetitividade, a responsabilidade excessiva, a postura inadequada de trabalho, os turnos de trabalho, entre outros (DAVID ET AL., S/A; SALIBA, 2011).

A abordagem ampla das possíveis formas de riscos, nos diversos ambientes laborais, torna o processo de aplicação e manutenção da Biossegurança uma realidade mais segura, contribuindo para elaboração de manuais, cartilhas, protocolos, e até mesmo a captação de fontes de financiamento e recursos humanos contemplados na Política Nacional de Biossegurança em Saúde (BRASIL, 2010).

#### 1.4. EQUIPAMENTO DE PROTEÇÃO INDIVIDUAL (EPI)

Uma das exigências das Normas de Segurança e Saúde do Trabalhador, para a manutenção da segurança no ambiente de trabalho, é a utilização de Equipamentos de



Proteção Individual (EPI). O uso destes está amparado pela Norma Regulamentadora número 6 (NR 6), que diz:

“Considera-se Equipamento de Proteção Individual - EPI, todo dispositivo ou produto, de uso individual utilizado pelo trabalhador, destinado à proteção de riscos suscetíveis de ameaçar a segurança e a saúde no trabalho”.

Para os laboratórios de análises clínicas e microbiológicas, os EPIs exigidos são:

- Uniforme completo (jalecos, toucas e aventais) de cores claras;
- Máscaras respiratórias específicas (a depender da atividade realizada, o material de composição da máscara é diferenciado);
- Luvas plásticas descartáveis (não eliminando a importância e necessidade da lavagem das mãos corretamente, antes e após o uso das mesmas);
- Toucas (os cabelos devem estar sempre presos e protegidos);
- Óculos e/ou capacetes (proteção para os olhos e o crânio);
- Botas plásticas ou sapatos antiderrapantes (protegendo de respingos e choques);

Importante ressaltar que os uniformes devem estar sempre limpos, sendo estes de uso apenas para os locais de trabalho e não para os ambientes externos, visto que podem ser meios de transmissão de agentes microbiológicos do meio interno para o externo e vice-versa. Os manipuladores não devem usar adornos (anéis, pulseiras, colares, dentre outros), as unhas devem estar sempre cortadas e limpas, e é importante salientar que o funcionário em operação, deve estar sadio, sem apresentar enfermidades para que estas não sejam transmitidas tanto aos pacientes como para o material a ser manipulado.

Em atenção à coletividade, existem os Equipamentos de Proteção Coletiva (EPC), que objetivam a proteção de todos os trabalhadores expostos a determinados riscos, sendo abordado os maquinários, telas, níveis de ruído, iluminação, temperatura, umidade e ventilação do ambiente de trabalho, saída de emergência, extintor de incêndio, dentre outros. A aplicabilidade dos EPC não elimina a necessidade do uso adequado dos EPI's e vice-versa.

#### **4. RESULTADOS E DISCUSSÃO**

O primeiro curso de Biossegurança no setor de saúde foi realizado em 1985 pela FIOCRUZ, o qual passou a implementar medidas de segurança como parte dos processos



de Boas Práticas em Laboratórios (BRASIL, 2010). Assim, para que sejam implantadas e mantidas as normas em Biossegurança, os manuais de Boas Práticas em Laboratório Clínico (BPLC) são elaborados para cada estabelecimento laboral, pois apesar de informações gerais a serem seguidas, algumas particularidades podem ser apresentadas, tais como tamanho físico do estabelecimento, quantidade de funcionários, tipo de exames e análises realizadas, dentre outros. Os manuais de BPLC irão dispor de informações tais como higienização dos funcionários, utensílios e equipamentos utilizados, proteções contra insetos e pragas, limpeza correta do ambiente, descarte dos materiais, fluxo correto das operações evitando a ocorrência de contaminação cruzada, dentre outras. Todas as informações e procedimentos descritos, visam a não contaminação da equipe de funcionários, dos pacientes, bem como maior manutenção dos equipamentos, garantindo resultados fidedignos das análises realizadas.

Outro instrumento de auxílio para manutenção da qualidade e segurança nestes ambientes de trabalho são os POPs – Procedimento Operacionais Padrão. Estes são protocolos personalizados, que descrevem detalhadamente a rotina de trabalho, no caso dos laboratórios, informarão os procedimentos desde a coleta do material a ser analisado até o resultado, englobando os equipamentos utilizados em cada análise, utensílios, métodos de higienização dos materiais e do local também. O POP garante a padronização dos procedimentos, o que permite que outros técnicos possam realizar as atividades sem que haja erros. Estes protocolos devem estar escritos de forma clara, revisados assim que seja implantado alguma mudança na técnica empregada ou no ambiente de trabalho, estarem em local visível e de fácil acesso.

Os manuais e protocolos de Biossegurança, devem ser elaborados por responsáveis técnicos referentes a tal cargo, sendo assinado atestando a confiabilidade de tal documentação. Em 1995 houve a publicação da primeira Lei de Biossegurança, a Lei nº 8.874 de janeiro de 1995, a qual posteriormente foi revogada pela Lei nº 11.105, de 24 de março de 2005 (BRASIL, 2010). Assim, para a elaboração dos manuais de cada laboratórios, é possível tomar como base as Normas Técnicas e legislações vigentes, podendo ser feitas adaptações a realidade dos processos realizados nos laboratórios referentes.

Posteriormente, todas as informações devem ser passadas a equipe de profissionais envolvidas direta ou indiretamente nos procedimentos, para que todos tenham o conhecimento a respeito dos riscos envolvidos nas atividades e as formas de

prevenção, garantindo assim resultados confiáveis e evitando os acidentes no local de trabalho.

Frente a realidade dos trabalhos desenvolvidos em laboratórios, é importante que os funcionários não apresentem doenças que possam ser transmitidas, e estejam com suas vacinações em dia. Com essa preocupação, todo trabalhador da área de saúde tem por direito ao recebimento gratuito um programa de imunização ativa contra tétano, difteria, hepatite B e as vacinas disponíveis contra agentes de uma possível exposição do trabalhador, o que é garantido pela Portaria n° 485, de 11 de novembro de 2005 do Ministério do Trabalho e Emprego (BRASIL, 2005).

Outra medida de apoio a aplicação e manutenção da Biossegurança, é observada pela Resolução RDC n° 302, de 13 de outubro de 2005 da ANVISA, que diz que todo laboratório clínico e posto de coleta laboratorial deve manter atualizado e disponibilizar aos funcionários as informações sobre Biossegurança abordando: as normas e condutas de segurança biológica, química, física, ocupacional e ambiental; as instruções de uso para os equipamentos de proteção individual e de proteção coletiva; os procedimentos em caso de acidentes e a forma de manuseio e transporte de material e amostra biológica (LEVY ET AL., 2007).

## **5. CONSIDERAÇÕES FINAIS**

A partir do exposto é possível verificar que há informações, instruções e apoio por parte dos órgãos responsáveis, sendo que a principal causa dos acidentes envolvendo falhas na Biossegurança é o próprio ser humano. De certo que é importantíssimo que a infraestrutura do local de trabalho seja adequada, com laboratórios equipados e material de segurança, mas também é fundamental o treinamento de toda equipe envolvida nas atividades laborais, sejam estas quais forem e, tendo total consciência sobre os riscos associados aos trabalhos que estão desenvolvendo. Esta educação comportamental no local de trabalho deve ser coletiva e não individual, os cursos e treinamentos em Biossegurança são fundamentais para se aprimorar a segurança nas atividades na área da saúde.

A infraestrutura deve estar em conformidade às exigências dos órgãos fiscalizadores, tendo suas particularidades para cada departamento e atividade realizada. Nos laboratórios, as sinalizações gerais das áreas restritas e permitidas devem ser frequentes



e visíveis, naqueles setores de maior fluxo de pessoas, também expressas em “braile” para os deficientes visuais, com piso tátil, indicação simbólica e monitor para os analfabetos.

O atendimento às Normas Regulamentadoras voltadas a segurança e saúde do trabalhador, devem ser seguidas como uma política da empresa, e não como um cumprimento de regras para o não recebimento de notificações e multas, criando assim um comportamento de segurança e cuidado junto a toda equipe envolvida nas atividades.

A falta de uma cultura voltada a prevenção torna-se o principal obstáculo para que as pessoas possam agir com cautela e precaução em seus ambientes de trabalho. As instituições devem realizar ações educativas e treinamento à sua equipe, garantindo a qualidade de seus produtos, se protegendo contra desperdícios de material, aumentando assim seus lucros, e proporcionando uma rotina de trabalho mais segura aos funcionários o que reduz gastos com mão de obra, visto que um acidente de trabalho leva o afastamento do trabalhador, por tempo determinado ou não, podendo gerar multas significativas a instituição. Sempre sairá mais caro contornar a situação depois de um acidente de trabalho, do que preveni-lo.

## REFERÊNCIAS

ANVISA, Agência Nacional de Vigilância Sanitária. Biossegurança. *Revista Saúde Pública*, v.6, p. 989-991, 2005.

BRASIL. Ministério da Saúde. *Agência Nacional de Vigilância Sanitária. Resolução RDC nº. 302, 13 de outubro de 2005*. Dispõe sobre Regulamento Técnico para funcionamento de Laboratórios Clínicos. Diário Oficial da União da República Federativa do Brasil, Brasília, 14 out. 2005.

Brasil. Ministério da Saúde. *Biossegurança em saúde: prioridades e estratégias de ação / Ministério da Saúde*, Organização Pan-Americana da Saúde. – Brasília: Ministério da Saúde, 2010. 242 p. (Série B. Textos Básicos de Saúde).

Brasil. Ministério da Saúde. Secretaria de Ciência, Tecnologia e Insumos Estratégicos. *Diretrizes gerais para o trabalho em contenção com agentes biológicos / Ministério da Saúde*. Secretaria de Ciência, Tecnologia e Insumos Estratégicos. – 3. ed. – Brasília: Ministério da Saúde, 2010.

BRASIL. Ministério do Trabalho e Emprego. *Portaria nº 485, de 11 de novembro de 2005*. NR – 32. Norma Regulamentadora NR – 32 – Segurança e Saúde no Trabalho em Serviços de Saúde. Diário Oficial da União da República Federativa do Brasil, Brasília, 16 nov. 2005.

COSTA, Y. R. et al. *Manual de Biossegurança. Sistema Único de Saúde*. Secretaria de Estado da Saúde. Laboratório Central de Saúde Pública – LACEN/SC. Florianópolis – SC. 2007.



DAVID, C. L. et al. *Biossegurança para laboratórios de ensino e pesquisa. Manual de Biossegurança*. Universidade Federal da Bahia – UFBA.

EVANS, N. A clinical report of a case of blastomycosis of the skin from accidental inoculation. *JAMA*, v. 40, p. 1172-1175, 1903.

FRANCO, N. C., ZANDONADI, F. B. Biossegurança: tarefa difícil de praticar?

LARSON, D. M., et al. Primary cutaneous (inoculation) blastomycosis: an occupational hazard to pathologists. *Amer J Clin Pathol*, v. 79, p. 253-255. 1983.

LEVY, C. E. et al. *Análise do Inquérito Nacional sobre infra-estrutura, recursos humanos, equipamentos, procedimentos, controle de qualidade e biossegurança nos Laboratórios de Microbiologia*. Organização Pan-Americana de Saúde (OPAS) e a Agência Nacional de Vigilância Sanitária (ANVISA), em parceria com a Coordenação Geral de Laboratórios de Saúde Pública (CGLAB/SVS/MS). Julho de 2007.

Manual de Biossegurança. BAHIA. Secretaria da Saúde. *Superintendência de Vigilância e Proteção da Saúde*. Diretoria de Vigilância e Controle Sanitário. BRASIL. Universidade Federal da Bahia. Instituto de Ciências da Saúde. Salvador. 2001.

MASTROENI, M. F. *A difícil tarefa de praticar a biossegurança*. Universidade da Região de Joinville (Univille), 2008.

NR 6 - EQUIPAMENTO DE PROTEÇÃO INDIVIDUAL – EPI. *Portaria GM n.º 3.214, de 08 de junho de 1978*. Capturado em <[http://trabalho.gov.br/images/Documentos/SST/NR/NR6.pdf?utm\\_source=blog&utm\\_campaign=rc\\_blogpost](http://trabalho.gov.br/images/Documentos/SST/NR/NR6.pdf?utm_source=blog&utm_campaign=rc_blogpost). Acesso em 10 Jun 2018.

RICHMOND, J. Y.; Santos, A. R.; MILLINGTON, M. A.; Althoff, M. C. Biossegurança em laboratórios biomédicos e de microbiologia. *Ministério da Saúde: Fundação Nacional de Saúde*. 290 p. Brasília. 2000.

SALIBA, Tuffi Messias. Curso básico de segurança e higiene ocupacional. 4 ed. São Paulo: LTr, 2011.



## PREPARO DO CORTE PICANHA: ANÁLISE DE PREFERÊNCIA DOS CONSUMIDORES NO CONSUMO DESTA PROTEÍNA BOVINA

Josimar de Jesus SANTOS<sup>26</sup>  
Jackson Cordeiro DE ALMEIDA<sup>27</sup>  
Fernanda Spagnol PAGANOTO<sup>28</sup>  
Maria Madalena Oliva Souza PIRES<sup>29</sup>  
Nathália dos Santos LIMA<sup>30</sup>  
Gustavo SOUZA DE MELO<sup>31</sup>

### RESUMO

Esta pesquisa aborda as técnicas e formas de consumir a proteína animal, em especial o corte bovino picanha. A região da costa do descobrimento da Bahia, Brasil, em especial a cidade de Itamaraju, é uma das maiores produtoras de gado de corte da região nordeste, sendo o consumo desta proteína muito comum pela população local. Questiona-se neste trabalho a melhor forma de preparar o corte picanha bem como as bebidas que harmonizam com cada preparo. Com objetivo principal de entender os gostos e preferência dos consumidores localizados na cidade de Itamaraju. Os objetivos específicos são: levantar conceitos teóricos de preparo e harmonização do vinho com as proteínas; elaborar proposta de preparos de acordo a preferências dos consumidores e demonstrar a melhor forma de aproveitar o corte da proteína animal no cardápio adaptado ao gosto local. A metodologia é o levantamento bibliográfico e referenciais teóricos baseados em artigos, revistas técnicas e publicações ligadas ao tema, trazendo temas como harmonização de vinhos com proteínas, tipos de cortes de carnes bovinas e história da gastronomia no Brasil. Com abordagem quantitativa em pesquisa de opinião aos consumidores de proteínas que residem na cidade de Itamaraju, apresentando gráficos comparativos e fichas técnicas operacionais na produção dos pratos de acordo com a opinião pública local.

**Palavras Chaves:** Cortes bovinos. Proteínas. Opiniões.

---

<sup>26</sup> Discente do Curso de Tecnólogo em Gastronomia da FACISA/BA.

<sup>27</sup> Doutor em Educação Holística pela FACISC. Mestre em Gestão Social, Educação e Desenvolvimento Regional pelo Programa de Pós-Graduação Strictu Sensu da Faculdade Vale do Cricaré-FVC (2012-2014). Especialista em Filosofia e Sociologia. Especialista em Gestão Escolar (2008). Especialista em Inspeção Institucional. Professor titular de Filosofia e Sociologia da FACISA/BA. E-mail: jacksoncalmeida@hotmail.com.

<sup>28</sup> Mestre em Engenharia e Ciência de Alimentos. Docente da FACISA/BA. fernandapaganoto@hotmail.com.

<sup>29</sup> Especialista em Gastronomia e Cozinha Autoral e Didática do Ensino Superior. Docente da FACISA/BA. E-mail: madalena.olivapires@gmail.com.

<sup>30</sup> Mestre em Genética e Biologia Molecular. Docente da FACISA/BA. E-mail: nathaliads.limaa@gmail.com.

<sup>31</sup> Mestre em Matemática. Docente da FACISA/BA. E-mail: Gustavo.ead1@gmail.com







## ABSTRACT

This research approaches the techniques and ways of consuming the animal protein, in special the Picanha beef, the region of the discovery coast of Bahia, Brazil, in special the city of Itamaraju, is one of the largest producers of beef cattle of the northeast region, being the consumption of this protein very common by the local population. In this work, the best way to prepare the Picanha cut is questioned, as well as the drinks that harmonize with each preparation. With the main objective of understanding the tastes and preference of consumers located in the city of Itamaraju, and specific objectives of raising theoretical concepts of preparation and harmonization of wine with proteins. To elaborate a proposal of preparations according to the preferences of the consumers, to demonstrate the best way to take advantage of the cut of the animal protein on the menu adapted to the local taste. It will be approached with theoretical references based on articles, technical magazines and publications of institutions linked to the theme, bringing themes such as harmonization of wine with proteins, types of beef cuts, history of gastronomy in Brazil. With a quantitative approach in opinion polls to protein consumers living in the city of Itamaraju, presenting comparative graphs and operational technical sheets in the production of dishes according to local public opinion.

**Keywords:** Bovine cuts. Proteins. Opinions.

## 1. INTRODUÇÃO

Os brasileiros sempre foram grandes consumidores de carne bovina, e com o passar do tempo estão se tornando cada vez mais esclarecidos em alguns aspectos, tais como a apresentação do corte, o qual exige parâmetros específicos nos aspectos físicos (exemplo maciez, coloração, quantidade de gordura), e em fatores externos ao animal, como forma de criação, alimentação e modo de abate. Estes fatores em conjunto, irão determinar os padrões finais em questões organolépticas e sensoriais do corte em questão.

Com isso, os responsáveis pela criação animal têm ficado cada vez mais atento nos pontos que influenciam as variáveis da qualidade do produto final, visto as divergências do mercado consumidor, para assim obterem peças que sejam aceitas no mercado interno e externo, tendo cada uma delas, suas particularidades. Com isso os produtores entendem a necessidade da melhora do desempenho do seu rebanho, sendo mais eficaz com o acompanhamento da etologia, que busca compreender as necessidades do rebanho, tornando mais eficientes as medidas de cuidado que serão tomadas.

Ao chegarmos adiante nesta cadeia agroindustrial de proteína bovina, encontra-se o chefe gastronômico, que tem como atuação o preparo das carnes satisfazendo as exigências sensoriais dos consumidores. Assim, o profissional da gastronomia não pode excluir sua atenção nos parâmetros da matéria prima em questão, o qual ele irá manipular

e apresentar esta proteína. Em paralelo, o chefe precisa identificar a preferência sensorial do mercado alvo o qual ele irá atuar. Diante a tal realidade, o presente trabalho questiona: Quais as possibilidades do preparo gastronômico da proteína bovina, em especial o corte picanha, para atender a demanda de preferências de um grupo de moradores da cidade de Itamaraju/ Bahia? Como objetivo geral, é proposto conhecer a preferência de um grupo de consumidores de proteínas animal – a picanha, na cidade de Itamaraju/Ba. Tendo ainda como objetivos específicos: verificar as possíveis formas de preparo de tal corte de carne de acordo com as preferências levantadas nas pesquisas; elaborar propostas de pratos gastronômicos a base da proteína animal; levantar informações teóricas dos tipos de bebidas que harmonizem com a culinária proposta; e relacionar fichas técnicas operacionais.

Partindo deste pressuposto, o presente trabalho busca por meio de pesquisas, apresentar aos leitores os tipos de corte existentes e como o passar do tempo levou os cenários de criação dos rebanhos a mudarem na busca de cada vez mais produtos de qualidade, diminuindo o sofrimento animal e tornando o confinamento menos estressante. É essencial entender as necessidades do rebanho e a qualidade das peças de carne está diretamente ligada.

Assim, com a presente pesquisa, busca-se uma melhor explanação a respeito da preferência no consumo da população de Itamaraju/Ba do corte de carne picanha, bem como a atuação do chefe gastrônomo nesse cenário.

## **2. METODOLOGIA**

Para essa pesquisa será utilizada uma abordagem de estudo quali-quantitativo por meio de pesquisa bibliográfica, utilizando como base artigos acadêmicos. Com a utilização de pesquisas de opinião quanto às formas, cortes e preparos da carne bovina. Pesquisa exploratória em conhecer as possibilidades de pratos com características regionais da culinária da costa do descobrimento. A pesquisa foi realizada na cidade de Itamaraju-Ba utilizando os métodos de investigação exploratória e bibliográfica com sua origem pesquisa qualitativa.

Tendo como base quantitativa um questionário do Google formulários, o qual foi enviado para uma amostra de trezentas pessoas via link por meio do aplicativo whatsapp,

sendo respondidos cento e vinte e cinco receptores até a data de 26 de novembro de 2020 às 19 horas para entender as preferências sobre como é a melhor forma do corte de carne.

### 3. CONTEXTO HISTÓRICO

#### 3.1. ATENDIMENTO AO CLIENTE E SUA IMPORTÂNCIA

Com o estudo das preferências do público, percebe-se que com o acesso aos meios de tecnologia e aprendizagem tem se desenvolvido pessoas com gostos mais exigentes, fazendo com que os donos dos estabelecimentos sejam obrigados a evoluir de forma a apresentarem uma qualidade superior não apenas nos pratos servidos, como também no atendimento aos consumidores. Segundo Trigo et al. (2015, p.15, citando por KOTLER e ARMSTRONG, 2003, p. 45):

“[...] Para serem bem-sucedidas no atual mercado competitivo, as empresas devem estar voltadas para o cliente – conquistando-o dos concorrentes e mantendo-o por lhe entregar valor superior. Mas, para poder satisfazer os consumidores, a empresa deve antes entender suas necessidades e desejos”.

Sabendo disso, é necessário compreender que existem fatores externos que ajudam os clientes no momento da escolha de qual produto irão comprar. Segundo Kotler (2000) existem quatro principais fatores influenciadores, a saber:

1- Fatores Culturais: Os fatores culturais são os que exercem uma profunda influência sobre o comportamento do consumidor. A cultura, subcultura e a classe social são de grande importância, pois, envolvem valores, percepções e comportamentos familiares além do caráter geográfico, religião e grupo racial. Tem um ditado que diz que, "O homem é produto do meio", pois refere-se ao lugar onde as pessoas são influenciadas diretamente no modo de agir e pensar. Além disso, a utilidade do objeto varia de um meio para o outro, um computador de última geração não possui a mesma serventia para um morador de uma tribo africana como para um morador de uma grande capital.

2- Fatores sociais: Como os culturais, os fatores sociais são decorrentes do meio, em que as pessoas tomam como espelho os grupos mais próximos, por exemplo a família, amigos, vizinhos, colegas de trabalho, dentre outros, os quais são os grupos classificados como de afinidade, sendo a família o núcleo mais importante de compra da sociedade, e

a posição que cada membro ocupa podem ser definidos pelo papel que desenvolve em um grupo.

3- Fatores psicológicos: A escolha do produto a ser comprado também é influenciada por fatores internos como motivação, atitudes, aprendizagem e crenças. Como homens mais velhos preferem carros possantes para mostrar masculinidade, já os adolescentes buscam se mostrar de outra forma, pela necessidade de se autoafirmar devido a fase da vida que se encontram.

Para a empresa ou estabelecimento que está tentando criar laços com seu público é necessário aprimorar sua logística e sua forma de abordar o cliente, para que se tenha uma relação entre o produto oferecido e o interesse do consumidor que está tentando alcançar. De acordo com Kotler (2000, p.43):

[...] Compreender as necessidades e os desejos dos seus clientes nem sempre é fácil. Alguns consumidores têm necessidades das quais não tem plena consciência, ou não consegue articular essas necessidades, ou então empregam palavras que exigem interpretação (KOTLER, 2000, p.43).

Com o aumento da concorrência, se fortalece a necessidade de mostrar diferencial no atendimento, para assim conquistar o cliente por meio de sua satisfação. Ainda, de acordo com Kotler (2000, p. 58) a "Satisfação consiste na sensação de prazer ou desapontamento resultante da comparação de desempenho (ou resultados) percebido de um produto em relação às expectativas do comprador".

[...] O atendimento ao cliente e o teste final, você pode fazer tudo em termos de produto, preço, e marketing, mas a não ser que você complete o processo com um atendimento incrivelmente bom, corre o risco de perder negócios ou até mesmo sair do negócio. (SANTOS et al., apud FREEMANTLE, 1994, p. 13).

O atendimento ao cliente engloba não apenas o vender, mas, principalmente compreender as necessidades e interesses, escutando verdadeiramente suas vontades.

[...] Para manter e fidelizar os clientes é essencial que a empresa monitore e meça a satisfação dos mesmos, através do acompanhamento e de pesquisas constantes. Ele poderá identificar pontos fortes e fracos e

criar atrativas para atrair, manter e fidelizar clientes (RAMBO, 2014 p.23).

## 3.2 HISTÓRIA GASTRONOMIA

### 3.2.1 Conceito

O dicionário Priberam traz o conceito de “gastronomia” como “Conjunto de conhecimentos e práticas relacionados com a cozinha, com o arranjo das refeições, com a arte de saborear e apreciar as iguarias”. Sendo o significado literal “gastro” – estômago e “nomia” – conhecimento/estudo.

### 3.2.2 o Início

Após a descoberta do fogo, se tornou necessário a produção de recipientes para que se pudesse realizar a cocção dos produtos, com isso se iniciou uma grande transformação onde foi percebido pelos homens pré-históricos que a caça não era o meio mais eficiente para a obtenção de comida, sendo iniciada a agricultura (MIESSA, 2013). De acordo com Santos (apud Franco 2006, p. 17):

[...] Quando o homem aprendeu a cozinhar os alimentos, surgiu uma profunda diferença entre ele e os demais animais. Cozinhando, descobriu que podia restaurar o calor natural da caça, acrescentar-lhe sabores e deixá-la mais digerível. Verificou também que as temperaturas elevadas liberam sabores e odores, ao contrário do frio, que os sintetiza ou anula. Percebeu ainda que a cocção retardava a decomposição dos alimentos, prolongando o tempo em que podiam ser consumidos. Identificava, assim, a primeira técnica de conservação.

A figura 1 abaixo, apresenta um modelo das primeiras panelas utilizadas para os variados modos de preparo e serviço.



Figura 1 - Primeiras panelas utilizadas no preparo de alimentos.

Com isso, iniciou-se o desenvolvimento do comércio uma vez que já dispunha de alimentos como verduras e legumes, sendo realizado por meio do escambo (troca) dentro de suas próprias aldeias. Segundo Miessa (2013), na Grécia já se utilizava produtos de origem vegetal na confeitaria, a qual utilizava-se de tâmaras, mel, nozes, pinhões e todos os pratos eram preparados por escravos.

### 3.2.3 Idade Média

Nas cidades como Roma, Grécia e Egito era comum a realização de refeições conhecidas por seu excesso, com mesas fartas de comidas, vinhos e frutas. Em Roma era dividido em duas partes, como foi escrito por Miessa (2013, p.16):

[...] na primeira parte, a refeição propriamente dita, tudo era colocado sobre a mesa para cada um escolher o que quisesse; na segunda parte trocavam-se as mesas e todos bebiam vinho e comiam frutas secas, nozes e azeitonas. À medida que os romanos enriqueciam também aumentavam os excessos à mesa.

Assim surgiu a ideia dos banquetes que poderiam durar até quatro dias. Santos (2018, p.10) nos conta que na Grécia, os banquetes excluía a presença das mulheres, como descrito a seguir:

[...] essas reuniões eram exclusivamente para homens, em que tratavam de assuntos como a política, militarismo e vida social. Os alimentos servidos nos banquetes seguiam ritual que modificava segundo a região em que eram oferecidos os banquetes ainda podiam ser complementados por apresentações de dança, música e recitações de poesias (SANTOS, 2018 p.10).

A literatura oferece vários livros que abordam a respeito do início das refeições, dos banquetes nos reinados. O principal livro romano de cozinha é intitulado: “De re coquinaria”, conforme modelo de capa do exemplar apresentado abaixo na Figura 2.

“Suas primeiras edições impressas apareceram respectivamente em Veneza e Milão, no final do século XV. São vários os títulos dados a essa obra: ‘Ars Magiririca’; ‘Apicius culinaris’; ‘De re coquinaria libri decem’ ou, simplesmente, ‘De re coquinaria’. (SANTOS, 2006, apud FRANCO, 2006, p. 48)”.

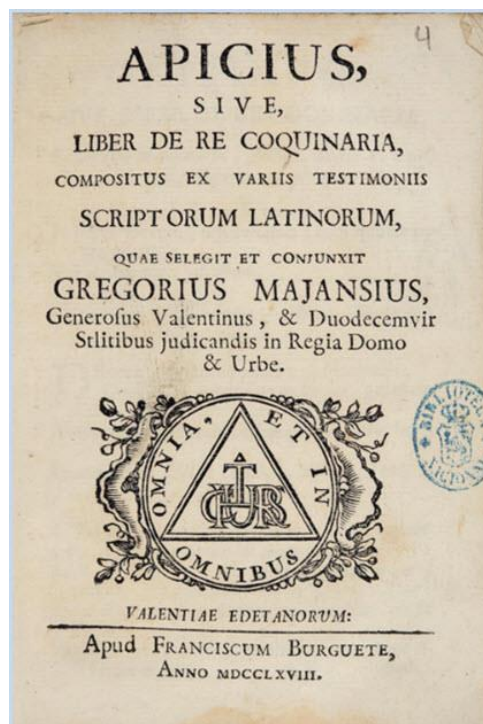


Figura 2 – Modelo de capa do primeiro livro de receita romano.

A base alimentar era de uma grande variedade, oferecendo desde carne vermelha até frutos do mar.

Os principais pratos servidos eram à base de ingredientes como: gados, carneiros, cabras e porcos; frangos, patos, gansos, galinhas d’angola e pavões; pássaros silvestres como codornas, perdizes, gralhas, avestruzes, flamingos, garças e papagaios; peixes, rãs, mexilhões, ouriços e ostras; frutas como cereja,



abricó, limão, tâmaras e melão; derivados do leite; centeio, arroz, aveia e trigo; leguminosas; mel; azeitonas e azeite; pinhões, amêndoas e sementes de papoula. Como bebidas eram servidos vinho, água e algumas vezes leite SANTOS (apud LEAL, 1998, p. 26).

Na idade média começou uma transformação, onde surgiram novos métodos de cocção como foi citação por Santos (2018), mostrando a descrição feita por Franco (2006, p. 71):

[...] Havia grandes lareiras em frente às quais giravam os espetos para assar as carnes e onde eram dependurados caldeirões para cozinhar sopas e legumes. Os espetos giravam movidos à mão, por engrenagem mecânica ou por um cachorro fechado em uma jaula circular giratória. Nessas cozinhas, o fogo era mantido aceso constantemente, pois não existia meio de ignição fácil e imediata. Não se utilizava o forno, tão importante na antiguidade, e como não havia nas grandes lareiras possibilidade de controlar o calor para uma cocção lenta, não se podiam preparar guisados e carnes em molhos, muito apreciados mais tarde. Somente no final do século XIII se redescobriu a arte dos guisados e molhos e se começou a utilizar o forno. Paralelamente, foram se aperfeiçoando técnicas culinárias e utensílios. Além do forno, a arquitetura incorporou às cozinhas mesas para a preparação e arranjo dos pratos antes de serem servidos. Em algumas casas, havia dois fogões: um que mantinha fogo intenso, e outro, com fogo baixo para cocção mais lenta. (Franco, 2006, p. 71):

Havendo uma grande quantidade de especiarias como pimenta, gengibre, anis, noz moscada entre outros que acrescentam sabor aos variados modos de preparo (SANTOS, 2018).

### **3.2.4 Idade Moderna e Contemporânea**

Ao longo dos séculos XV ao século XVIII, ocorreram grandes transformações e inovações como a criação da máquina de tipografia que permitiu a impressão dos livros de receitas e outras invenções que refletiram na culinária europeia.

A prensa tipográfica permitiu ampla publicação de livros de culinária, de manuais com conselhos alimentares e até livros de filosofia gastronômica. A combinação entre viagens, as oceânicas viabilizadas pela bússola e intensa força mortal possibilitada pela pólvora moldou a ascensão dos primeiros impérios europeus modernos ao redor do globo. Essa expansão do poder político, militar e econômico europeu também levou os europeus a conhecer vários novos alimentos e influências culinárias do exterior. Ao mesmo tempo, cada estado, nação que forjou esses impérios desenvolvia forte consciência de identidade nacional, cada vez mais compreendida como distinção entre culinárias nacionais (SANTOS, 2018, apud FREDMANN, 2009, p. 197).



Conforme dito por Miessa (2018), foi na idade moderna que os franceses começaram a se destacar, com a refeição composta por pouco pão, frutas e muitos patês, início da produção de biscoitos, pudins de ovos, e crepes influenciados pelos italianos, assim acrescentando a produção e consumo de doces ao dia a dia. Com isso surgiu grandes contribuições como:

- O surgimento das tabernas, que tinham um cardápio servido em hora determinada, dentre elas o ‘La Tour D’Argent’, que mais tarde virou restaurante e figura entre os mais famosos do mundo até hoje.
- Os cafés, que se espalharam por toda Paris, popularizando o hábito de tomar café, chocolate quente e chás.
- O surgimento do champagne, criado a partir de uma técnica desenvolvida por Dom Périge dnon.
- A invenção do molho ‘bechamél’.
- A utilização da mistura de frutas e açúcar aos pratos salgados.

O primeiro restaurante surgiu na França, era chamado de boulanger e vendia apenas sopa. O primeiro de luxo, La Grande Taverne, de Londres foi aberto em Paris pelo chefe Beauvilliers. Sendo atualmente a cozinha existindo inúmeras vertentes como: molecular, nouvelle cousine e o slow food.

### 3.3 GASTRONOMIA BRASILEIRA

A culinária brasileira é repleta de sabores que foram trazidos pela grande quantidade de imigrantes de diversos lugares do mundo, além da própria cultura indígena que foi absorvida.

Existem três grandes povos que tiveram influenciaram como os indígenas com a farinha de mandioca, beiju, e o vinho a base de frutas, como caju; já os portugueses trouxeram animais como boi, vaca, ovelha, entre outros, sendo sua maior contribuição os doces, como arroz doce e sonhos. Os negros acrescentaram:

Quando os negros criaram o fubá, eles criaram bolos, canjicas e pudins. O milho era um dos alimentos mais utilizados na alimentação dos escravos, e foi daí que surgiu o fubá e o angu. O feijão, consumido pelos índios e portugueses, também era uma iguaria apreciada pelos negros,

mas foi somente o brasileiro nascido no século XVI, que transformou o feijão no alimento mais popular do país. Existe uma famosa marchinha carnavalesca que diz, “yes, nós temos bananas”, e na verdade nós temos bananas graças aos negros escravos, juntamente com o coco, também largamente utilizado em nossa culinária. A garapa, ou caldo de cana, também muito popular hoje em dia, surgiu pelas mãos dos negros, que tinham acesso à cana-de-açúcar e dela extraíam seu suco (MIESSA, p.33).

Segundo Miessa (2013), o Brasil após sua independência, foi sofrendo influência de inúmeros países como a França, Alemanha, Itália dentre outros, podendo esta ser maior ou menor de acordo com a região em destaque na situação, tendo cada um acrescentado um pouco da sua cultura ao Brasil, como as técnicas de preparo francesas, massas italianas, pães e bolos alemães.

#### 3.4. O CONSUMO DE PROTEINA PELO BRASILEIRO

Apesar de o brasileiro ser um dos maiores consumidores de carne mundial, no ranking feito pela Organização para Cooperação e Desenvolvimento Econômico (OCDE), o Brasil é apenas o 5º colocado, a média de consumo é de 78 kg de carne por ano (CANAL RURAL, 2020).

Segundo Macedo (2019), de acordo com o Centro de Estudos Avançados em Economia Avançada (CEPEA), em 2019 o consumo subiu cerca de 14% nos últimos 10 anos.

[...] O país que tem potencial para crescer mais rápido na produção de carne é o Brasil, sem aumentar nenhum hectare de pasto; só usando o que a gente já tem. Confinamento, semiconfinamento e suplementação proteica energética durante o ano todo são tecnologias que estão à disposição do produtor para aumentar a produtividade (SABELLA, 2019).

Existem uma relação entre o consumo de proteína per capita, e a capacidade produtiva do país, ainda tendo o fator econômico por ser um produto de alto valor no mercado internacional. O Brasil é um exemplo disso, pois apesar de ter uma renda per capita relativamente baixa, tem um alto consumo de carne devido ao tamanho o rebanho (CNA, 2020).

Mesmo com a pandemia de acordo com Farm News (2020), a USDA projeta um crescimento no consumo de cerca de 2,7% em 2021, havendo uma variação de 7,67

milhões para 7,88 milhões de toneladas em carcaça. E isso ocorrerá devido a recuperação econômica do país.

### 3.5. TIPOS DE CORTE DA CARNE BOVINA

A proteína animal proveniente do gado bovino, possibilita uma grande variedade de cortes, cada um podendo ser utilizado de formas diferentes de acordo a sua textura, gordura e maciez, o que consequentemente irá permitir a produção de pratos bem diferentes em aspectos sensoriais e nutricionais. Na Figura 3 disponível abaixo, é possível observar essa variedade de cortes citadas, os quais são descritos abaixo.

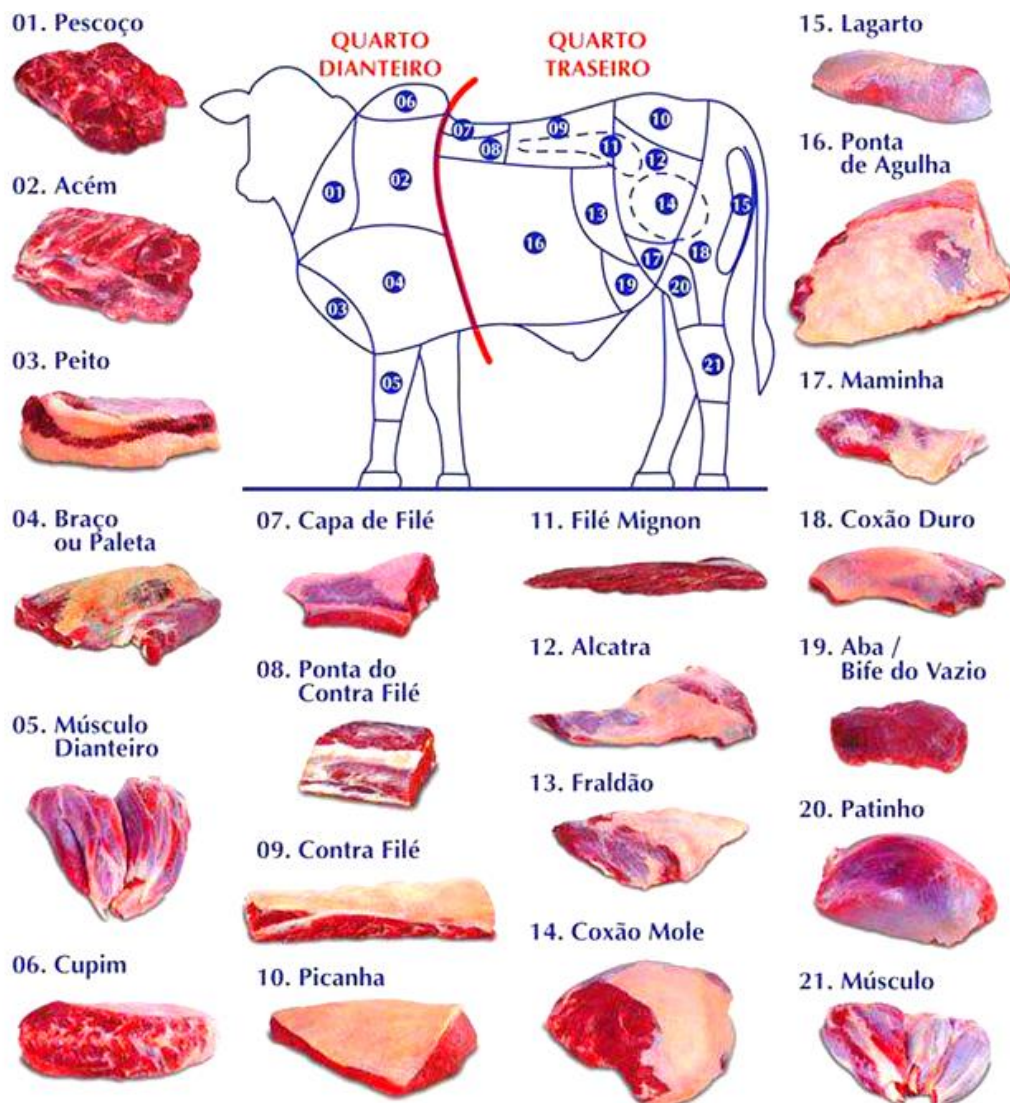


Figura 3 - Cortes bovinos



**Pescoço:** A carne de pescoço é um corte bovino constituído de massas ou fibras musculares, de tecido conjuntivo e de gordura. É considerada uma carne de terceira. O tempo de cozimento da carne de pescoço é demorado.

**Acém:** O acém é considerado uma carne de segunda, relativamente magra. Na culinária, é usada em refogados, assada e cozida. Também é utilizada moída e em bifés.

**Peito e peito com osso:** A carne de peito exige muito tempo para ser cozida, por ter uma grande quantidade de fibras e músculos. É considerada uma carne de segunda. Os principais pratos feitos com este corte bovino são o pastrame, o carpaccio, ou ainda o tradicional cozido argentino puchero.

**Paleta ou miolo de paleta:** Este corte bovino está localizado nas pernas dianteiras do boi. É uma carne apropriada para picadinhos, assados de panela e cozidos. É uma carne suculenta e macia. Assemelha-se ao corte bovino patinho.

**Fraldinha:** É uma carne composta pela parede do abdômen do boi, localizada na lateral do corpo do animal. Possui fibras longas, nervos e gordura. É um corte bovino pequeno suculento e macio, por isso, muito apreciado em churrascos. Pode ser usadas, também, em assados de panela, receitas de strogonoff, espetinhos, entre outros.

**Ponta de agulha:** Localizada nas últimas costelas do boi. É considerada carne de terceira. Pode ser consumida inteira, em pedaços ou moída. É outro corte que demanda muito tempo de cozimento.

**Filé mignon:** O filé mignon é um corte bovino que pesa, aproximadamente, 2 quilos. É considerada uma carne nobre, extremamente terna, macia e suculenta, porém não muito saborosa. Requer bons temperos, acompanhamentos e molhos, por suas características citadas acima. Ideal para bifés altos e mal passados.

**Filé de Costela:** O filé de costela: também é conhecido como filé de costa. É uma carne com tempo demorado de cozimento, usada em refogados e cozidos de panela. É considerada uma carne de segunda.

**Contrafilé:** Também é conhecido como filé do lombo e fica localizado ao lado do filé mignon. É uma carne nobre, macia, com a parte interna magra; e a parte externa contendo uma espessa camada de gordura. É um corte bovino indicado para assados e bifés. Com esse corte bovino, é feita a famosa e tradicional receita Bife à Cavallo, que é muito apreciada na culinária brasileira.



Capa de filé: Carne com textura desigual e grande quantidade de nervos. É considerada uma carne de segunda, que demanda cozimento mais demorado. Pode ser usada em assados, ensopados e refogados.

Alcatra: A alcatra é uma carne de primeira, considerada por muitos a “rainha das carnes”. Possui fibras macias, sendo extremamente saborosa. É um dos cortes bovinos mais versáteis. A alcatra inteira mede cerca de 80 cm, e dela, podem ser retirados cinco tipos de carnes diferentes: a maminha, a picanha, o baby beef, o tender steak e o top sirloin. São usadas para o preparo de bifés, ensopados, assados e refogados. Também é um corte muito usado em churrascos.

Patinho: O patinho é uma carne de primeira, com fibras macias. Pode ser utilizado para o preparo de bifés, cozidos e picadinhos.

Coxão duro: O coxão duro também é conhecido como chandanca, posta vermelha, perniquim, lagarto plano, lagarto vermelho, lagarto chato, coxão de fora, chã de fora ou lagarto atravessado. É uma carne com longas e rijas fibras, e gordura localizada na parte externa. O seu cozimento é lento. É usada para o preparo de carnes recheadas, cozidos e assados de panela e rosbifés.

Coxão mole: O coxão mole também é conhecido como chã de dentro, chã, coxão de dentro, polpa ou polpão. É constituída por fibras curtas e macias, com nervos e gordura. É uma carne mais macia do que o coxão duro, e fica ótimo em ensopados, assados, escalopes, bifés à milanesa, picadinhos e enrolados. Também pode ser consumida moída.

Lagarto: O lagarto também é conhecido como tatu ou lagarto-branco. É considerada uma carne de primeira, constituída por fibras longas e magras, em formato arredondado. Apesar de ser de primeira, é uma carne seca, dura e pouco suculenta.

Músculo dianteiro: O músculo dianteiro também é conhecido como músculo duro, braço ou mão de vaca. É um corte constituído de massas musculares sobrepostas. É indicado para o preparo de caldos de carne, carne de panela, e sopas.

Músculo traseiro: No Brasil, é considerada carne de segunda, porém ganha status na culinária italiana, com o corte ossobuco (a carne com o osso).

Aba do filé: É uma carne mais utilizada como carne moída, por ser extremamente enervada.



Maminha da alcatra: É um corte bovino retirado da peça inteira da alcatra. É uma carne famosa pela maciez e suculência. Ideal que seja acompanhada por molhos, nas receitas, pois não é das carnes mais saborosas.

Picanha: Essa carne é extremamente macia, saborosa e suculenta. É o corte mais famoso nas churrascarias, sendo servida inteira ou em bifês, mas também pode ser usada para o preparo de cozidos, levada ao forno ou simplesmente frita. A melhor parte da picanha é a ponta.

Cupim: O cupim está localizado na corcova dos bois zebuínos e de seus cruzamentos. Também é conhecido como giba ou mamilo. É uma carne caracterizada pela gordura entremeada, que lhe confere sabor e maciez. É muito usada em churrascos. Seu tempo de cozimento é demorado.

### 3.5. HIGIENE E MANIPULAÇÃO DE CARNE BOVINA

As características da carne bovina como: alimento rico em proteína, além de outros nutrientes como vitaminas, sais minerais, a torna um produto alimentício propício ao desenvolvimento de microrganismos. Por isso, é um produto que necessita ser conservado adequadamente e manipulado de forma a garantir as condições rigorosas de limpeza do local e do próprio manipulador. (AVILES, 2014). Nesse sentido, os procedimentos a serem executados são:

- 1- Lavar bem as mãos e fazê-lo constantemente: as mãos devem ser lavadas antes do preparo de alimentos e novamente após interrupções (como ir ao banheiro, manipular utensílios sujos, mexer no cabelo ou tocar em cestos de lixo). Não se deve lidar com quaisquer alimentos após a manipulação de alimentos crus (como as carnes) sem antes lavar novamente as mãos. Lembre-se também de que unhas compridas podem abrigar microrganismos, servindo de foco de contaminação;
- 2- Lavar as superfícies e utensílios que entrarão em contato com a carne: a higienização deve ser feita com água (preferencialmente quente) e sabão. Devem ser lavadas as tábuas, as facas, os martelos, as vasilhas, assim como a pia e quaisquer outras superfícies;
- 3- Não usar utensílios que já tiverem sido utilizados com carnes cruas para outros alimentos sem antes lavá-los bem com água e sabão;



- 4- Não se deve falar, cantar ou tossir sobre os alimentos;
- 5- É importante não colocar as mãos no nariz, na boca ou nos cabelos durante o preparo dos alimentos;
- 6- Não se devem enxugar as mãos em panos ou em aventais antes de manusear carnes;
- 7- Não se deve lidar com dinheiro enquanto se trabalha com alimentos;
- 8- Convém usar, de preferência, roupas limpas;
- 9- Os cabelos devem estar presos ou contidos por uma rede durante o preparo das refeições;
- 10- Os alimentos não devem ser manipulados por pessoas que estiverem com doenças de pele, diarreia, gripe, dor de garganta ou doenças infecciosas;
- 11- A cozinha deve ser mantida limpa e os utensílios devem estar sempre lavados. Não se esqueça de usar detergentes e desinfetantes;
- 12- A geladeira e o freezer não devem ficar superlotados, pois isso dificulta a circulação de ar frio dentro do aparelho e compromete a conservação dos alimentos;
- 13- Mantenha o lixo em recipiente limpo, revestido de saco plástico e sempre tampado, evitando assim o aparecimento de insetos, baratas e ratos;
- 14- Se possível, evite o uso de utensílios de madeira, como tábuas de carne e martelos de amaciar, pois a madeira é um material poroso, que absorve muito líquido e é de difícil higienização, o que favorece a multiplicação de microrganismos. Tais objetos podem tornar-se focos de contaminação dos alimentos. Prefira utensílios plásticos ou de aço inoxidável, que, além de serem mais resistentes ao tempo, são de fácil limpeza.

Outro ponto a destacar refere-se ao congelamento, para a sua realização é necessário observar certos processos: Teor de gordura: as carnes magras conservam-se melhor do que carnes com capa de gordura. No caso de cortes como picanha e contrafilé, prefira, para congelar, as carnes embaladas a vácuo; Embalagens para congelamento: encontra-se no mercado várias peças de carne já embaladas. Ao serem congeladas, as carnes sempre devem estar acondicionadas em embalagens plásticas limpas, de onde se deve retirar todo o ar. Uma ótima opção é congelar produtos adquiridos em embalagens fechadas a vácuo; Tipos de congelamento: o congelamento da carne deve ser rápido, pois

assim provoca poucas alterações nas características do produto e não ocasiona grandes danos ao tecido muscular além de garantir a preservação da maciez e da qualidade nutricional do produto. Este procedimento evita a formação de cristais de gelo no interior das fibras mantendo, assim, a integridade do produto; Grandes porções de carne: deve-se evitar congelamento de grandes pedaços de carne.

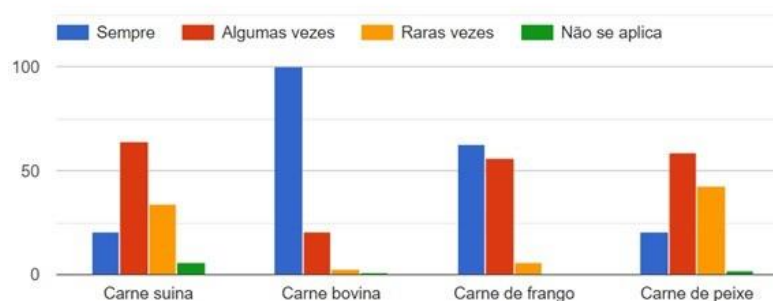
O mais aconselhável é dividir a peça em porções, ou seja, cortar os pedaços em tamanhos que lhe sejam convenientes para o dia a dia, pois pedaços grandes demoram muito tempo para congelar, o que favorece a formação de cristais de gelo no interior dos tecidos. Esses cristais alteram as qualidades da carne, sobretudo a suculência (quantidade de suco). Além disso, tal procedimento evita o desperdício, pois a carne, uma vez descongelada, não deve ser novamente congelada e só poderá voltar ao freezer como prato pronto, nunca cru.

#### 4. APRESENTAÇÃO DOS DADOS

Ocorreu a realização de um questionário online onde se buscava saber as preferências quanto ao preparo e corte de carne, além dos acompanhamentos e bebida utilizados. Foi enviado via whatsapp para 300 pessoas sendo 150 homens e 150 mulheres, sendo recebido de volta o total de cento e vinte e cinco até o dia vinte e seis de novembro no horário das dezenove horas. Segue abaixo os gráficos que apresentam os resultados das informações coletadas:

1- Frequência do consumo de carne:

Tabela 1



Cerca de 100 entrevistados consomem carne bovina sempre.

Cerca 60 dos entrevistados come carne suína às vezes.

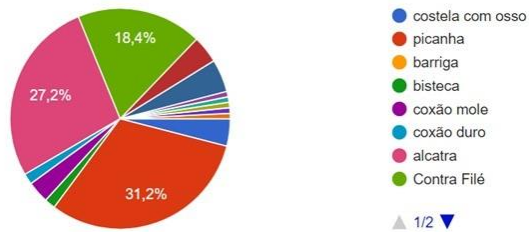
Cerca 60 dos entrevistados come frango sempre.



Cerca 55 dos entrevistados come peixe às vezes.

## 2- Preferência por corte bovino

Tabela 2



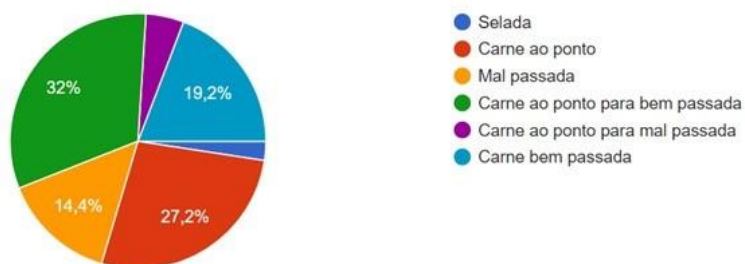
27,2% preferem alcatra.

31,2% picanha.

18,4% contrafilé.

## 3- Preferência ao ponto de cozimento:

Tabela 3



32% Carne ao ponto para bem passada.

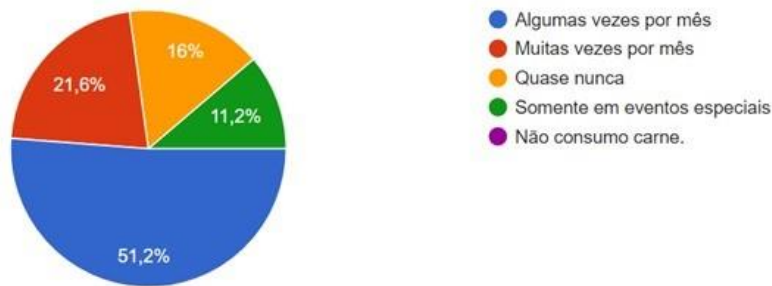
27,2% Carne ao ponto.

14,4% Carne mal passada.<sup>7</sup>

19,2% Carne bem passada.

#### 4- Relação de consumo em restaurantes e churrascarias

Tabela 4



51,2% Alguma vezes por mês.

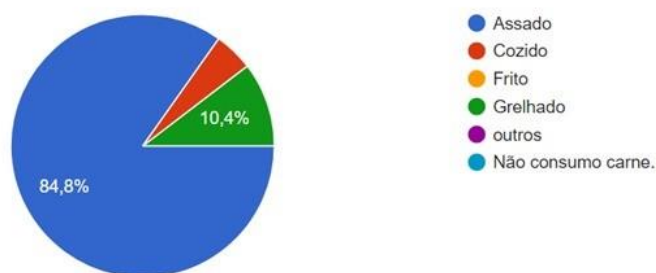
21,6 Muitas vezes por mês.

16% Quase nunca.

11,2% Somente em eventos especiais.

#### 5- Tipo de preferência do consumo de carne em restaurantes:

Tabela 5



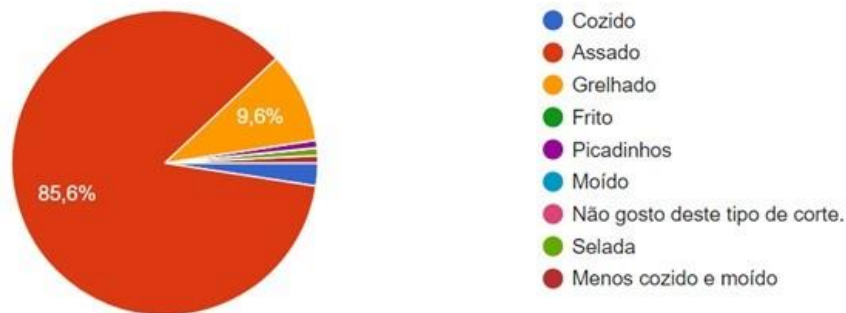
84,8% Assado.

10,4% Grelhado.

Os outros tipos não foram significativos estatisticamente.

#### 6- Relação ao consumo da picanha:

Tabela 6



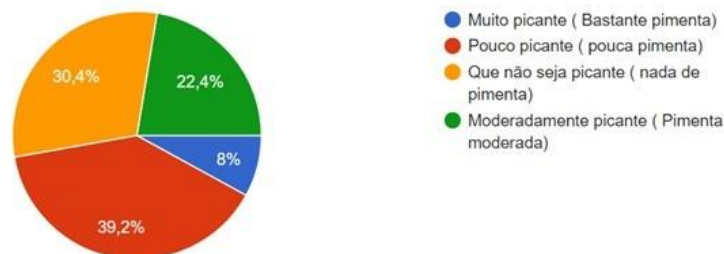
85,6% Assado.

9,6% Grelhado.

Os outros tipos não foram significativos estatisticamente.

#### 7- Em relação ao tempero da picanha

Tabela 7



39,2% - Pouco Picante.

30,4%- Que não seja picante.

22,4% Moderadamente picante.

8% Muito picante.

#### 4.1 RECEITAS COM PICANHA

Após a análise dos resultados obtidos através do questionário, apresentaram-se receitas de acordo com a escolhas dos entrevistados:



### 1- Ficha técnica: Picanha em tiras na grelha

QUANTIDADE	
01	Picanha inteira
Q/B	Sal grosso

#### MODO DE PREPARO:

Corte a picanha em tiras

Em uma travessa, despeje sal grosso a gosto sobre a carne, sem pressioná-la.

Coloque as tiras de picanha pra assar na grelha da churrasqueira em fogo alto.

Assim que os dois lados estiverem caramelizados, sirva com o molho da sua preferência.

### 2- Ficha técnica: Picanha no espeto na brasa

QUANTIDADE	
01	Picanha em postas de 03 cm (03 dedos de espessura)
Q/B	Sal grosso

#### MODO DE PREPARO:

Depois de cortada, insira cada posta da picanha no espeto em formato de C

Do pedaço maior para o menor, até completar de acordo com o tamanho da sua churrasqueira.

Coloque o espeto sobre uma travessa, e com a mão despeje o sal grosso sobre a carne, sem pressioná-la, apenas deixe o sal cair sobre o espeto, assim para os dois lados da carne.

Após acesa coloque o espeto para assar na churrasqueira.

Quando os dois lados estiverem meio caramelizados, dê algumas batidas de leve para tirar o excesso do sal, e volte assar até o ponto desejado.

Depois de assada servir com o molho de sua preferência

### 3- Ficha técnica: Molho Barbecue



QUANTIDADE	
300 ml	Leite gelado
04	Dentes de alho
300 ml	Óleo
Q/b	Orégano
Q/b	Cheiro verde
Q/b	Sal

#### MODO DE PREPARO:

- Em um liquidificador coloque o leite gelado, os dentes de alho, sal a gosto e bata tudo.
- Adicione o óleo aos poucos, até obter uma boa consistência.
- Após ter formado consistência, adicione o cheiro verde, e o orégano e dê leves batidos para misturar.
- Coloque em um recipiente e sirva com o churrasco.

Obs.: se precisar adicione mais óleo à receita.

#### 4- Ficha técnica: Picanha com alho e azeite

QUANTIDADE	
01	Picanha em Bifes para grelha (02 cm de espessura)
30 g	Alho desidratado
40 ml	Azeite
Q/B	Sal de parrilla

#### MODO DE PREPARO:

Coloque os bifes de picanha em uma travessa

Passa o azeite sobre a carne, adicionando o sal levemente.



Acrescente o alho desidratado nos dois lados.

Coloque os bifes de picanha na grelha da churrasqueira para assar até o ponto desejado.

Após assado, servir com o molho de sua preferência.

#### 5- Ficha técnica: Molho de vinagrete

QUANTIDADE	
03	Tomates
01	Cebola roxa
50 ml	Azeite
01 und	Cheiro verde
30 ml	Suco de limão
Q/B	Sal e pimenta do reino

#### MODO DE PREPARO:

- Após lavar os tomates, a cebola e o cheiro verde, corte os tomates em cubinhos bem pequenos, assim a cebola e pique o cheiro verde.
- Numa tigela misture todos os ingredientes e tempere com sal e pimenta-do-reino moída na hora a gosto e acrescente o suco do limão e mexa para misturar o tempero
- . Mantenha na geladeira até a hora de servir

#### 6- Ficha técnica: Molho Chimichurri

QUANTIDADE	
½	Xícara de salsinha picada
½	Colher de sopa com orégano fresco picado
04	Dentes de alho amassados
½	Xícara de cebola roxa bem picada
02	Pimenta calabresa
04	Colheres de sopa de vinagre de vinho tinto, ou de maçã



01	Colher de sopa de suco de limão
02	Folhas de louro
01	Colher de tomilho
01	Colher de chá de páprica, doce ou picante
01	Xícara de azeite
Q/b	Pimenta do reino
Q/b	Sal

#### MODO DE PREPARO:

- Em um recipiente, misture bem todos os ingredientes.
- Deixe descansar por uma hora e sirva com o churrasco.
- Obs.: pique todos os ingredientes em pedaços bem pequenos.

#### 5- CONSIDERAÇÕES FINAIS

Nos tempos modernos da gastronomia, os serviços prestados aos consumidores finais devem priorizar pela qualidade sanitária, qualidade dos produtos, qualidade na apresentação dos pratos e na fidelização dos clientes. Para isto é fundamental que seja escutado o consumidor em seus gostos e preferências para que o produto possa ter não só a marca do chefe da gastronomia mais também a aprovação do cliente consumidor.

Destacou-se neste trabalho, a escuta sensível com os potenciais clientes da proteína animal bovina, em especial ao consumidor da corte picanha, onde por meio das pesquisas estruturadas o pesquisador pode relacionar o tipo de gosto e preferências para que pratos pudessem ser planejados em fichas técnicas capazes de expressar a marca do pesquisador ao paladar de quem irá consumir.

É notório que os clientes buscam cada vez mais praticidade, qualidade, custo e benefício em produtos diversificados e personalizados, dado importante para o prestador de serviços de gastronomia se faz não só necessário mais fundamental escutar o consumidor, para firmar estratégias de sabores e harmonização que atenda o paladar cada vez mais refinados devido às pesquisas de novos pratos.

Fazer uma escuta sensível, de acordos os referenciais teóricos, é um papel constante do profissional da gastronomia, para a partir das exigências dos clientes adaptar os pratos e



receitas sem perder a qualidade e a escolha dos melhores produtos para a composição do prato.

Para o preparo de carnes, seja ela bovina ou de um outro animal qualquer, é preciso cuidados específicos com a manipulação, neste sentido, os cuidados de higiene com a manipulação dos alimentos devem ser redobrados a medida que a carne é altamente perecível, além da distância da carne ao fogo, uma vez que o gotejamento desta carne pode provocar fumaça na brasa e contaminar o alimento com elementos químicos nocivos à saúde, usar equipamentos de apoio ao corte e a preparo devidamente higienizados para garantir a qualidade e segurança alimentar.

A pesquisa exploratória visa buscar informações fundamentais para que o pesquisador possa construir um conhecimento necessário de um determinado tema e ou situação problema, e neste sentido, esta pesquisa cumpriu com seu propósito, uma vez que foi possível elencar gostos e propor pratos para atender a maioria dos clientes através das fichas técnicas apresentadas. Ainda o levantamento de fontes bibliográficas a respeito da importância do atendimento de qualidade aos clientes consumidores.

O objetivo geral desta pesquisa foi atendido em relação ao conhecer os gostos dos potenciais clientes do corte de carne bovina picanha, com a participação considerada de pessoas que participaram da entrevista estruturada. Foi possível entender sobre os gostos de harmonização de bebidas e preferências dos consumidores, em relação aos objetivos específicos foi apresentado algumas fichas técnicas de pratos que atendam a demanda de sabores dos clientes, feito o levantamento das possibilidades e incluindo a preocupação em atender de forma eficiente os consumidores.

Em conclusão final, acredito que para ser um chefe de cozinha é preciso saber escutar o consumidor, mesmo que nossos gostos e preferência sejam diferentes, é preciso atender ao exigente cliente e satisfazê-lo com produtos de qualidade e confiabilidade, tanto no modo do preparo quanto na escolha dos melhores ingredientes.

A profissão exige constantes pesquisas de composição de ingredientes, tempo de preparo, harmonização de sabores e principalmente qualidade sanitária no preparo dos alimentos. Neste sentido, as próximas pesquisas que devo realizar estarão voltadas para equipamentos de cozimento de carnes tipo churrasco, na busca de melhor atender a qualidade e economia de energias sustentáveis.





## REFERÊNCIAS

Cortes de carne bovina: classificações e características. (2010?). Acesso em 15 de novembro de 2020, disponível em cpt: <https://www.cpt.com.br/cursos-processamentodecarne-comomontar/artigos/cortes-de-carne-bovina-classificacoes-e-caracteristicas>

[OBJ]

A carne bovina mal passada é um fator de risco para contrair parasitoses intestinais? (3 de maio de 2019). Acesso em 30 de outubro de 2020, disponível em cuidados pela vida: <https://cuidadospelavida.com.br/cuidados-e-bem-estar/problemas-digestivos/carne-mal-passada-parasitoses-intestinais>

Aviles, F. D. (13 de agosto de 2014). higiene e manipulação de carne bovina. Acesso em 20 de outubro de 2020, disponível em beef point: <https://www.beefpoint.com.br/higiene-e-manipulacao-da-carne-bovina-20518/>.

[OBJ]

Macedo, F. (09 de dezembro de 2019). Consumo de carne bovina no Brasil cresceu 14% em 10 anos, diz Cepea. Acesso em 12 de novembro de 2020, disponível em canal rural: <https://www.canalrural.com.br/noticias/pecuaria/boi/consumo-de-carne-bovina-no-brasil-cresceu-14-em-10-anos-diz-cepea/>.

[OBJ]

MIESSA, V. P. (2013). INTRODUÇÃO A GASTRONOMIA. Acesso em 5 de novembro de 2020, disponível em Proeedu: <http://proedu.rnp.br/bitstream/handle/123456789/1350/Introducao%20a%20gastronomia.pdf?sequence=1>.

[OBJ]

Santos, D. M. (2018). Historia da gastronomia mundial. Acesso em 10 de novembro de 2020, disponível em uniasselvi: <https://www.uniasselvi.com.br/extranet/layout/request/trilha/materiais/livro/livro.php?codigo=29176>.



## **AUTONOMIA DO IDOSO NA DIABETES MELLITUS: ANALISANDO AS TECNOLOGIAS EDUCACIONAIS PARA O AUTOCUIDADO.**

Fabrcio SILVA SANTOS<sup>32</sup>  
Eros BITTENCOURT SHIGETO<sup>33</sup>  
Ione PIRES RODRIGUES<sup>34</sup>  
Rerivalda Marques DA SILVA MOREIRA<sup>35</sup>  
Fernanda XAVIER VIANA<sup>36</sup>

### **RESUMO**

O estudo tem seus objetivos embasados na concepção da diabetes mellitus, além de apontar os desafios que o idoso portador desta patologia enfrenta hoje para o seu autocuidado no SUS. O objetivo deste estudo é identificar através de revisão de literatura integrativa, estudos que demonstra tecnologias de ensino para o autocuidado do idoso na diabetes mellitus. Para tanto enfocou compreender e identificar as tecnologias educacionais existentes e que foram devidamente validades para auxiliar o profissional da saúde a empoderar a autonomia do idoso portador de diabetes mellitus ao autocuidado em saúde, minimizando as complicações desta patologia em sua vida social, econômica e afetiva. Em sua concepção metodológica o estudo trata de uma revisão integrativa, com abordagem qualitativa, descritiva e explicativa. Os critérios para inclusão foram ser artigos disponíveis online, com recorte temporal dos últimos 5 anos. O presente trabalho mostrou-se que a doença Diabetes Mellitus vem se destacando no cenário nacional e mundial como uma doença crônica que mais tem crescido como causas de óbitos independente do sexo, e gerador de alto custos para gestão devido as complicações serem muito presentes nos pacientes principalmente naqueles pacientes que possuem mais tempo diagnosticado.

**Palavras Chaves:** Diabetes Mellitus. Autocuidado. Idoso. Tecnologias Educacionais.

### **1. INTRODUÇÃO**

O contexto contemporâneo originado pela vida moderna exige cada vez mais atividades competitivas em todas as relações sociais. Essas exigências da atualidade provocam estresse e este, por sua vez, gera doenças nas mais diferentes dimensões do corpo humano estando entre elas o diabetes mellitus, que segundo o Ministério da Saúde,

---

<sup>32</sup> Professor do curso de Odontologia da Faculdade de Ciências Sociais Aplicadas.

<sup>33</sup> Professor e coordenador do curso de Odontologia da Faculdade de Ciências Sociais Aplicadas.

<sup>34</sup> Bacharel em Enfermagem pela Faculdade de Ciências Médicas da Bahia.

<sup>35</sup> Bacharel em Enfermagem pela Faculdade de Ciências Médicas da Bahia.

<sup>36</sup> Acadêmica do curso de Odontologia da Faculdade de Ciências Sociais Aplicadas.

se configura hoje como uma epidemia mundial, sendo grande desafio para os sistemas de saúde de todo o mundo. Neste contexto a organização mundial de Saúde estima que em 2006 o número de portadores da patologia em todo o mundo era de 177 milhões e chegará a 350 milhões em 2025 (BRASIL, 2006).

De acordo Stacciarini (2008) que realizou uma pesquisa com idosos diabéticos nas unidades de Estratégia de Saúde da Família do Estado de Minas Gerais, 90% dos usuários entrevistados referiram necessidade total de dependência em todo processo da administração da insulina, entre outros cuidados específicos da diabetes. Diante disto a International Diabetes Federation (2017) afirma que a cada 6 segundos uma pessoa morre de diabetes, o que corresponde a 5,0 milhões de mortes em todo o mundo, justificando a pesquisa em torno deste objeto de estudo, considerando que o idoso permanece na saúde pública como uma das partes principais que necessita ser orientada quanto ao autocuidado em saúde com qualidade, segurança e efetividade (CELADE, 2012; VALDÉS, 2014; MELLO et al, 2019).

O estudo tem seus objetivos embasados na concepção da diabetes mellitus, além de apontar os desafios que o idoso portador desta patologia enfrenta hoje para o seu autocuidado no SUS. Para tanto enfocou compreender e identificar as tecnologias educacionais existentes e que foram devidamente validades para auxiliar o profissional da saúde a empoderar a autonomia do idoso portador de diabetes mellitus ao autocuidado em saúde, minimizando as complicações desta patologia em sua vida social, econômica e afetiva.

Em sua concepção metodológica o estudo trata de uma revisão integrativa, com abordagem qualitativa, descritiva e explicativa. Os critérios para inclusão foram ser artigos disponíveis online, com recorte temporal dos últimos 5 anos, que estivessem na íntegra, publicações nacionais e internacionais classificadas como artigos originais de pesquisa. Já os critérios de exclusão foram ser estudos advindos de monografias, dissertações, teses, livros, editoriais, relatórios, normas e manuais técnicos, além de estudos não publicados correspondentes a literatura cinza. Para tanto a busca foi realizada através das bases de dados Literatura Latino-Americana e do Caribe em Ciências da Saúde (LILACS), Medical Literature Analysis and Retrieval Sistem on-line (MEDLINE) e Scientific Electronic Library Online (SciELO), a partir dos (DeCS): Diabetes mellitus, Tecnologias aplicados aos cuidados de saúde, Tecnologias aplicadas a assistência à saúde; Assistência integral à saúde do idoso; Serviços de saúde para o idoso que padronizaram

a pesquisa e o cruzamento dos dados de acordo definido anteriormente. Para tanto torna-se imprescindível o papel do enfermeiro como personagem articulador nesse processo de cuidado ao idoso e na educação para saúde, buscando a promoção da saúde através das intervenções educativas, considerando o modo de entendimento cognitivo e cultural do idoso, observando as abordagens apresentadas com estabelecimento de vínculos e fortalecimento da confiança do usuário com a equipe de enfermagem de modo que o idoso consiga adquirir autonomia em realizar seu autocuidado com eficácia e resolutividade.

Mediante o que foi exposto, o objetivo deste estudo é identificar através de revisão de literatura integrativa, estudos que demonstrem tecnologias de ensino para o autocuidado do idoso na diabetes mellitus.

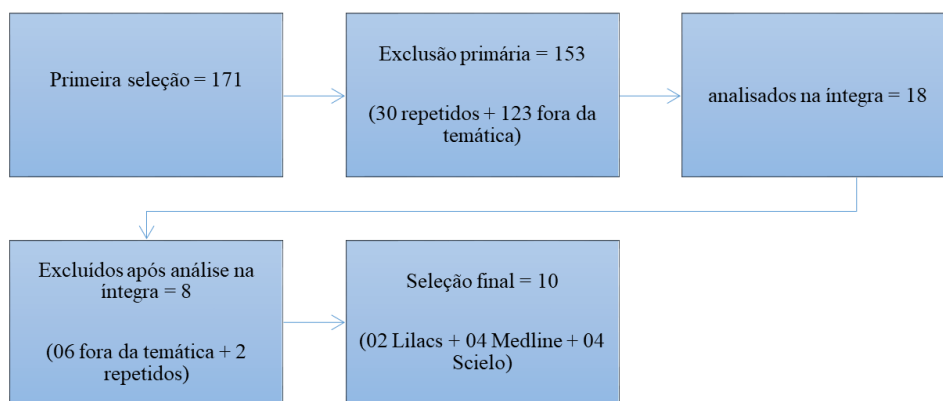
## **2. METODOLOGIA**

Trata-se de um estudo de revisão integrativa da literatura, de caráter exploratório e descritivo, trazendo a atualização temporal das referências que versassem sobre a questão norteadora: Quais as tecnologias disponíveis para empoderar a autonomia do idoso portador de diabetes em seu autocuidado em saúde? Tendo como objetivo contribuir com novas discussões sobre a temática, elencando futuras inovações para assistência sistematizada da enfermagem no cuidado às doenças crônicas não transmissíveis aplicáveis aos idosos. Realizou-se a busca com recorte temporal de 2014 a 2019, tendo como critério de inclusão: estudos dos últimos 5 anos, na íntegra, disponíveis on-line, publicações nacionais e internacionais classificadas como artigos originais de pesquisa e relatos de experiência. Tendo ainda, como critério de exclusão: Manuais técnicos, normas, editoriais, cartas, artigos de opinião e de revisão, comentários, ensaios, notas prévias, monografias, teses e dissertações, livros, relatórios, além de estudos não publicados ou correspondentes a literatura cinza ou repetidos.

Concomitante, a busca foi realizada através das bases de dados Literatura Latino-Americana e do Caribe em Ciências da Saúde (LILACS), Medical Literature Analysis and Retrieval System on-line (MEDLINE) e através da Scientific Electronic Library (SCIELO), a partir dos Descritores em Ciências da Saúde (DeCS): Diabetes mellitus, Tecnologias educacionais, Tecnologias aplicadas aos cuidados de saúde, Tecnologias aplicadas à assistência à saúde; Assistência integral à saúde do idoso; Serviços de saúde

para o idoso. Devido ao amplo quantitativo de artigos encontrados optou-se por trabalhar com o cruzamento de dois em dois descritores para a seleção dos artigos estudados.

Foram encontrados 171 artigos, destes, 153 estudos arquivados em exclusão primária por estarem fora da temática de tecnologia educacional ao idoso com diabetes, ficando 18 artigos selecionados e analisado na íntegra. Após esta análise identificou-se que 6 estudos não apresentavam o delineamento da temática central e 02 estavam repetidos, restando ao final 10 artigos na íntegra para compor a revisão.



### 3. COMPREENDENDO A DIABETES MELLITUS

#### 3.1 CONCEITUANDO A DIABETES MELLITUS

Para melhor compreender a diabetes mellitus, este estudo embasou-se em referências conceituadas sobre o assunto, dentre estas destacam-se as literaturas de Brasil (2014), Guyton et al., (2006), Silva (2006), Smeltzer et al., (2011) e Tortora (2006).

O diabetes mellitus define-se como uma doença metabólica caracterizada pelo aumento da glicemia sanguínea (BRASIL, 2014). Para Guyton et al (2006), Tortora et al (2006) e Brunner, Suddarth (2006) estas problemáticas podem acontecer em 2 tipos, a diabetes tipo 1 onde há ausência de secreção de insulina pelo pâncreas, ou a diabetes tipo 2 conhecida pela produção insuficiente de insulina pelo pâncreas ou defeito na ação mesma, tornando os tecidos resistentes a insulina. A insulina é um hormônio produzido pelas células beta no pâncreas e tem como ação diminuir a glicose circulante no sangue (SILVA, 2006).



Neste contexto o idoso representa 14,3 milhões de brasileiros com prevalência de 8,0% dos diabéticos, podendo aumentar para 23,3 milhões nos próximos 25 anos no desenvolvimento desta patologia, reforçando a necessidade na saúde pública de investir e atentar se na busca de desenvolver ações que auxiliem a prática de cuidado centrado a esta população, pois o indivíduo não tratado e acompanhado adequadamente está sujeito a desenvolver a longo prazo sequelas irreversíveis e incapacitantes (SANTOS et al., 2015; INTERNATIONAL DIABETES FEDERATION, 2015; MELO et al., 2019).

Além disso, para o Ministério da Saúde (2014), além dos dois subtipos de diabetes citados pelos autores acima também menciona o diabetes gestacional que acontece somente durante a gravidez e que no puerpério espera-se que seja resolvida, mas que muitas vezes mantém em algumas mulheres ou reaparece após alguns anos.

### 3.2 FISIOPATOLOGIA DA DIABETES MELLITUS

O metabolismo é um processo que se inicia na digestão, durante a quebra dos nutrientes em moléculas menores como a glicose, sendo que após essa fase as moléculas ficam circulantes no sangue. Subsequente a esta etapa, ocorre o início da ação hormonal da insulina, que tem como função diminuir os níveis de glicose circulante na corrente sanguínea permitindo a entrada homeostática da glicose nas células do fígado, músculos e outros tecidos para a produção de energia adequada que garanta ao indivíduo a satisfação de suas atividades diárias (SMELTZER et al., 2011).

### 3.3 EPIDEMIOLOGIA DA DIABETES MELLITUS

Segundo OPAS/OMS (2016) nos últimos 24 anos quase quadruplicou o número de pessoas vivendo com diabetes. Estima-se que 422 milhões de adultos no mundo (8,5% da população) viviam com diabetes em 2014, o que indica que em 1980, havia 108 milhões (4,7%), tendo esta tendência está em amplo crescimento na atualidade de sua curva epidêmica.

No Brasil, diabetes é umas das patologias com maior índice de morbimortalidade no país. Somente na região sul do país a diabetes não é citado como uma das cinco principais causas de óbitos, já nas outras regiões o diabetes aparece em 3º lugar como causas de óbitos no Brasil, tanto no sexo masculino como no feminino (BRASIL, 2015). Neste entorno esse fato mostra como o diabete tornou se uma doença de preocupação

central na saúde pública, não devendo ser negligenciada pela gestão competente a estes serviços.

### 3.4 FATORES DE RISCO PARA DESENVOLVIMENTO DA DIABETES MELLITUS

No diabetes tipo 1 os fatores de risco estão associados a aspectos genéticos como histórico familiares de DM, etnia, histórico de diabetes gestacional, histórico de macrossomia fetal e de abortos sem causa determinada e deficiência da célula beta do pâncreas. No diabetes tipo 2 suas causas estão associadas ao estilo de vida como obesidade, sedentarismo, hiperglicemia, hipertensão arterial sistêmica, hipertrigliceridemia, história de doença vascular, e hipercortisonemia e envelhecimento.(GROSSI, 2009).

### 3.5 SINTOMATOLOGIA

No processo patológico da diabetes tipo 1 na maioria pacientes são crianças e jovens, manifestação súbita e sem sinais clínicos anteriores. Apenas os sinais já costumeiros no surgimento da doença e perda de peso sinal mais presente no diabetes tipo 1(SOCIEDADE BRASILEIRA DE DIABETES, 2015).

Neste contexto da diabetes tipo 2 o organismo pode apresentar resistência dos tecidos a absorção de insulina, deve se relacionar as possibilidades de estar relacionado ao aumento acentuado da gordura, ou seja, normalmente acompanhada pelo aumento de peso como afirma Tortora (2006). É a partir desse cenário patológico que o organismo começa apresentar os sintomas comuns à pacientes diabéticos, como a polifagia (muita sede), poliúria (muita urina), polidipsia (muita fome), perda de peso inexplicável, entre outros (BRASIL, 2014).

### 3.6 DIAGNÓSTICO DA DIABETES MELLITUS

Os estudos também demonstraram que não há um consenso sobre os valores normais limítrofes para concentração da glicemia no sangue, embora todos não apresentem valor mínimo, todos concordam que o valor glicêmico abaixo de 50 mg/dL pode caracterizar sintomas de choque hipovolêmico. Para Brasil (2014) e Nettina (2014),

o mesmo acontece com o valor máximo considerado nos limites normais quando atingem o valor de até 100mg/dL, sendo considerado glicemia alterada valor maior que 100mg/dL até 125mg/dL, e quando o indivíduo apresenta valor igual ou acima de 126mg/dL é considerado portador da doença diabetes mellitus. Já nos estudos de Smeltezer et al., (2001) o valor glicêmico normal máximo é de até 110mg/dL. Para Guyton et al (2006) os valores normais glicêmicos estão entre 80mg/dL a 90mg/dL em jejum e entre 120mg/dL a 140mg/dL em desjejum. Tantas vertentes diagnósticas podem ocasionar dificuldade no diagnóstico precoce e acompanhamento mais efetivo.

### **3.6.1 Tratamento da diabetes mellitus.**

O tratamento do diabetes mellitus acontece através de atendimentos e acompanhamento das pessoas portadoras de forma programada, observando o paciente de forma integral. Este tratamento pode ser medicamentoso ou não, variando de acordo com o diagnóstico do tipo de diabetes que o paciente possui, prognóstico da doença, complicações e tratamentos anteriores sem sucesso.

### **3.6.2 Tratamento na diabetes tipo 1**

Como já descrito anteriormente o paciente portador do diabetes tipo1 possui uma deficiência na produção de insulina, com isso é necessário a insulinoaterapia como tratamento medicamentoso, associado ou não a hipoglicemiantes orais como metformina que é utilizado pra reduzir a produção de glicose pelo fígado.

O tratamento é associado a um controle glicêmico e controle dietético com objetivo de redução de carboidratos e gorduras saturados.

### **3.6.3 Tratamento na diabetes tipo 2**

O paciente portador do diabetes mellitus tipo 2 normalmente está acima do peso, um dos motivos da resistência insulínica, que afeta o organismo de forma que a insulina não é suficiente pra controlar os níveis normais de glicose no sangue, ou a insulina não tem o mesmo efeito esperado pelo organismo. Por isso, inicialmente o tratamento consiste em mudanças de hábitos, adotando mudança na alimentação, praticando exercícios físicos, e controle glicêmicos. Quando estas ações são insuficientes para manter a glicose em normalidade o tratamento medicamentoso é indicado.



O tratamento medicamentoso do diabetes tipo 2 são os hipoglicemiantes orais sempre prescritos pelo profissional médico responsável. Segue lista abaixo:

Tabela 2- Lista de antidiabéticos orais para o tratamento do diabetes tipo 2.

Classe Farmacológica	Medicamento	Mecanismo De Ação
Hipoglicemiantes orais	Glibenclamida	Estimulação das células beta e aumento da produção de insulina
Hipoglicemiantes orais	Glicazida	Estimulação das células beta e aumento da produção de insulina
Sensibilizadores de insulina	Metformina	Ação periférica; melhoram a ação da insulínica e a captação de glicose pelas células.
Anti-hiperglicemiante	Acarbose	Ação de bloqueio da absorção intestinal de carboidratos, reduzindo a glicemia.

Fonte: SILVA (2006), BRASIL, 2015.

Por se tratar de uma doença que requer cuidados contínuos e necessário para que a glicemia do paciente esteja nos padrões normais. Portanto, o paciente deve seguir as orientações da administração desses medicamentos. Caso o controle metabólico não seja alcançado pode ser prescrito a insulina para pacientes portadores do diabetes tipo 2, para que o paciente não sofra as complicações da hiperglicemia no sangue.

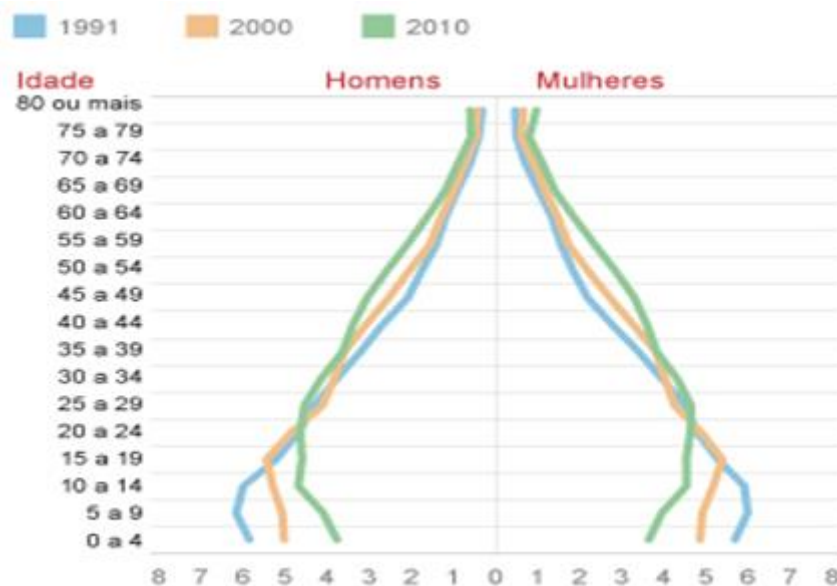
#### **4. CUIDADO CENTRADO NA SAÚDE DO IDOSO**

##### **4.1 CONCEITUANDO O IDOSO**

O Processo de envelhecimento é entendido como um processo dinâmico e progressivo que se caracteriza por mudanças relativas aos fatores biopsicossociais associadas a passagem do tempo, sendo este inevitável para o ser humano. Segundo publicação do Ministério da Saúde de Brasil (2006) torna se notório que no Brasil temos uma população de idosos em franco crescimento, segundo estatísticas, até 2050 haverá no país, mais idosos que jovens e crianças, que pode estar justificado pela melhoria da

qualidade assistencial em saúde e avanços tecnológico na medicina moderna (CELADE, 2012; VALDÉS, 2014).

**Figura 1** – Envelhecimento populacional



**FONTE:** CENSO IBGE, 2010

O envelhecimento é uma característica de todo ser vivo, para tanto correr desse processo é impossível, portanto todo indivíduo com exceção aos que morreram prematuros passaram um dia por essas etapas da vida que segundo Moraes (2008, p.37) “é caracterizado pelo declínio progressivo do metabolismo celular e dos sistemas fisiológicos principais, tornando gradativamente limitadas e restritas as atividades fisiológicas, que conseqüentemente acabam afetando o convívio social e familiar do indivíduo”. Este fato vem elucidar se com Netto et al., (2001, p.37) que afirma que “o envelhecimento pode ser considerado como fase final de todo contínuo que é a vida, começa com a concepção e termina na morte”.

Para Silva et al., (2016) e Araújo et al., (2013) os idosos com comprometimento físico ou alguma patologia de cuidado tendem a isolar-se socialmente, fato este que pode aumentar mais ainda as gravidades das doenças e a capacidade de seu auto cuidado, sendo diante disto necessário o olhar diferenciado para essa clientela promovendo um trabalho de incentivo e inclusão do convívio social de forma que o mesmo se sinta acolhido pela sociedade, estimulando o buscar o desenvolvimento de sua autonomia nos cuidados em



sua saúde, aprimorando assim seu bem estar físico e mental que envolta quando necessário a família e ou cuidador como parte integrante destas ações.

#### 4.2 A SAÚDE DO IDOSO NO SUS

A necessidades de discussão e implementação da saúde pública relacionada a pessoas idosas tem se tornado cada vez mais imperiosa nos países em desenvolvimento, pois ainda há um grave déficit quando a efetivação dos direitos dos idosos garantidos pela constituição neste seguimento (SILVA et al.,2010).

De acordo com a portaria nº 2.528 de 2006-Política Nacional da Saúde da pessoa idosa do Ministério da Saúde o envelhecimento deve acontecer com saúde, de maneira ativa, livre de qualquer tipo de sujeição funcional, o que requer promoção da saúde em todas as idades.

É imperioso acrescentar que muitos brasileiros conseguem ultrapassar a longevidade dos anos apesar da falta de recursos e de cuidados específicos. Entre esses estão os idosos que vivem na linha da pobreza, analfabetos, os deficientes físicos os idosos com síndromes de demência e os diabéticos. Cada um desses extratos merece cuidados, devendo lhes ser garantido ações específicas em prol de seu bem-estar. Ao referir as políticas públicas voltadas as pessoas idosas Silva et al. (2010, p. 05) destaca:

É dever do estado garantir políticas públicas que atendam os direitos garantidos constitucionalmente para a pessoa idosa, de tal forma que, tais políticas, contribuam favoravelmente no processo de um envelhecimento saudável. A efetivação das políticas públicas deve se dar no âmbito da saúde, da educação, do esporte, do lazer e do transporte. (Silva et al., 2010, p. 05).

Para Furini et al (2007, p.230) “a Política Nacional de Saúde da Pessoa Idosa, busca a atenção integral, visando desenvolver no idoso a independência, atendendo as necessidades de saúde, moradia e segurança de acordo a lei n 8.842/94”. Com essa implantação o idoso sente-se mais respeitado e incluso na sociedade, pois passa a frequentar os programas direcionados aos mesmos, obtendo estabilidade e controle de sua saúde, evitando assim o sedentarismo e a exclusão entre as pessoas.

A Atenção Primária da saúde, é a porta de entrada para os cuidados centrados nos usuários nas redes de atenção do SUS, sendo compreendida como redes desde os sistemas de apoio diagnóstico e terapêutico, assistencial e farmacêutico, como também e não menos importante os sistemas de informações em saúde. Diante disto ressalta que a

atenção em saúde não pode estar centrada somente no indivíduo, mas na família e comunidade que o circunda, observando também as peculiaridades culturais, gênero e diversidade da população (BRASIL, 2014).

Esse cuidado pode ser ofertado pela equipe multiprofissional em saúde, destacando-se a presença essencial do enfermeiro e sua equipe de enfermagem atuando neste processo. Estes devem promover o uso de estratégias educativas para efetivarem a educação em saúde, proporcionando a conscientização do cliente continuamente, tornando os capacitados para uma auto assistência segura e livre de danos.

A adesão ao plano de cuidado terapêutico é a meta mais importante do autocuidado, onde de fato o cliente deve dominar saberes, sendo que a assistência de enfermagem deve auxiliar o indivíduo a conviver melhor com sua condição crônica, mantendo a maior autonomia possível e tornando-se corresponsável pelo seu autocuidado (BULECHEK et al., 2016).

Ainda consoante com afirmativa acima, o enfermeiro deve estar atento as necessidades do usuário frente a alguns entraves que podem interferir neste processo assistencial como: déficit cognitivo, analfabetismo, diminuição da acuidade visual e auditiva, além de outros acometimentos patológicos e limitações sociais, econômicas e culturais, que podem interferir no direcionamento das escolhas diagnósticas e consequentemente dos resultados e intervenções de enfermagem praticados pelas atividades de enfermagem (HERDMAN et al, 2018; MOORHEAD et al, 2016; BULECHEK et al., 2016).

Para tanto torna-se importante repassar para o cliente e/ou cuidador seja um familiar ou um amigo, o conceito da doença, fatores de risco, complicações, diagnóstico, salientando os cuidados a fim de evitar demais complicações provenientes da diabetes mellitus.

Por se tratar de uma doença crônica, a diabetes mellitus requer que o paciente saiba se cuidar e prevenir suas complicações. Esse cuidado pode ser ofertado pelos profissionais de saúde, principalmente pelos da área da enfermagem. Para tanto o enfermeiro como responsável pelas ações, devem buscar estratégias educativas de ensino aprendizagem que forneçam apoio ao processo de conscientização ininterrupta e autonomia duradoura do cliente educando (FREIRE, 2002; MOURA et al., 2017). Diante disso as informações devem ser repassadas de forma clara, simplificada, motivando sempre o paciente a se cuidar e ter a ciência do seu papel no tratamento.

#### 4.3 OS DESAFIOS DO IDOSO PARA O AUTOCUIDADO EM SAÚDE

Atualmente é na faixa etária dos idosos com mais de 60 anos que estão os maiores índices de portadores de diabetes mellitus. Estas complicações devido ao envelhecimento das células e sistemas (vascular, gástrico, endócrino, nervoso, dentre outras) complica ainda mais a patologia e com isso sua capacidade de realizar seu autocuidado. Os fatores fisiológicos, cognitivos e psicossocial tem sido uma das barreiras apresentadas pelos idosos que buscam realizar seu autocuidado, que mesmo através da política de atenção à saúde do idoso tem se mostrado ineficiente para o cuidado em diabetes. (POTTER,2005).

O fator fisiológico nos idosos reforçado pela sua autopercepção de cuidado pode influenciar positivamente ou negativamente no seu estado de saúde. Um idoso que pratica esporte possui uma visão diferenciada de seu estado de saúde doença, ao passo que o que negligenciam comportamento de práticas saudáveis terá mais dificuldade pra entender a necessidade de mudança no estilo de vida. (POTTER, 2005).

O fator cognitivo refere se ao enfraquecimento e diminuição das células e neurotransmissores que ocorre nos idosos, levando alguns deles a apresentar desorientações, perda de habilidades, demências e julgamento empobrecido, dificultando assim o entendimento acerca de sua patologia, fato este que promove a negligência em seu autocuidado. (POTTER, 2005).

O fator psicossocial remete a mudança de papéis que anteriormente eram exercidas pelo cuidador, e agora passa a ser praticada por membros da família. Este fato influência nas mudanças de rotina, já que estes passam a depender de outros para a moradia, ambiente, convivência e isolamento social. (POTTER, 2005).

O envelhecimento faz parte do ciclo da vida onde o crescimento tem sido uma porção esperada através da expectativa de vida. Muitos desses idosos apresentam fragilidade nesse processo em que a sua mobilidade apresenta dificuldade em realizar seu autocuidado dependendo de um cuidador.

A velhice está chegando para muitos brasileiros de maneira mais rápida devido a alguns fatores como economia biológica e social e com ela ocorrendo algumas doenças como diabetes mellitus onde o envelhecimento é um processo natural mas é necessário agregar uma qualidade de vida, com o crescimento da população idosa e suas particularidades no cuidado com sua saúde tem se pensado em um olhar específico em buscar e criar mecanismos de reciclagem e capacitação para os profissionais que atuam

na área da saúde preparando os mesmo para oferecer um cuidado de saúde diferenciado. Geralmente esses idosos são abandonados pelos familiares, sendo deixados em asilos ou necessitando de cuidadores que muitas vezes é um outro idoso, que possuem outras patologias ou mesmo a diabetes (CARVALHO, 2015).

Sabemos que a diabetes uma doença crônica muitas vezes associadas ao estilo de vida aonde o portador idoso devido sua dificuldade de se locomover levando muitas vezes ao sedentarismo, hábitos alimentares incorretos necessitando de um cuidador para realizar seu cuidado, dependendo do familiar para o seu cuidado. A importância desse idoso ser inserido na estratégia de saúde da família onde os profissionais possa implementar intervenções no cuidado e capacitação do cuidador para prestar assistência adequada ao paciente, sendo um fator importante no desafio dos idosos é a renda onde muitos deles aposentados apenas com um salário mínimo e moram muitas vezes com filho ou em casa e familiar, e essa renda não é suficiente para manter a alimentação correta muitas vezes prescrita por nutricionista e para as compras de medicação, onde muitas vezes a diabetes está associada a uma outra patologia. Esses idosos apresentam insegurança em seu autocuidado sempre necessitando de um outro cuidador, levando esse idoso a apresentar descompensação no seu quadro fisiológico levando assim as complicações do diabetes ou outras patologias (MELO,2019).

Visando estes desafios que os idosos enfrentam, é fundamental a atuação do profissional de saúde nos planejamentos e intervenções para auxiliar o idoso no enfrentamento e compreensão da sua patologia e do seu autocuidado criando vínculos para que o mesmo consiga demonstrar a eficácia do tratamento. Para tanto o idoso necessita reaprender a viver adaptando mudanças no seu estilo de vida, adotando hábitos saudáveis como dieta, exercícios físicos, sono e repouso, promoção social, além do acompanhamento nas UBS ou ambulatoriais. Para tanto este conjunto de ações advém a apoiar com eficácia o processo de promoção, prevenção e recuperação da saúde do idoso.

## **5. TECNOLOGIAS EDUCACIONAIS DISPONÍVEIS PARA ESTIMULAR O EMPODERAMENTO DO IDOSO PORTADOR DE DIABETES MELLITUS.**

A literatura aponta diversos tipos de tecnologias para o auxílio dos idosos no autocuidado, abaixo segue o quadro dos autores que falam dessa temática.

<b>9-</b> Comparação das estratégias de	Comparar a adesão e o empoderamento do usuário com	Cria vínculo com paciente diminuindo o medo,
---	--	--



educação em grupo e visita domiciliar em diabetes mellitus tipo 2: ensaio clínico/2017.	diabetes mellitus tipo 2 para as práticas de autocuidado e controle glicêmico, nas estratégias de educação em grupo e visita domiciliar. As estratégias foram efetivas; porém, a educação em grupo apresentou melhores resultados de controle glicêmico em relação à visita domiciliar.  <b>Ferramenta:</b> Tecnologia leve dura/independente.	otimizando o tempo do enfermeiro dando atendimento de qualidade aos usuários.
---	--	---

## 6. RESULTADOS

Dentre os estudos 40% foram obtidos na base de dados MEDLINE, 40% SCIELO e 20% na LILACS, sendo que 70% foram apresentados no idioma português. Quanto aos anos de publicação pode-se considerar que 50% foram publicadas em 2017. As publicações dos estudos foram 70% no Brasil e quanto à abordagem metodológica 100% são qualitativos.

No que se refere ao tipo de tecnologia pode identificar que 70% dos estudos tratavam-se de desenvolvimento de tecnologias tipo leve-duras, envolvendo em sua maioria educação em saúde por pequenos grupos de ação, com o desenvolvimento de mapas de direcionamento do autocuidado e conhecimento em saúde sobre o diabetes.

Nos aspectos que relacionam-se ao grau de dependência que as tecnologias foram elaboradas, notou-se que a sua maioria com 60% destacou-se como independentes, envolvendo estratégias que não eram influenciadas por aspectos como a internet, maquinário ou energia. Sendo que somente 30% apostaram em inovações que priorizavam softwares, aplicativos e telefones móveis.

A maioria das pesquisas foram desenvolvidas para as UBS – Unidades Básicas de Saúde, conferindo 70% de especificidade para atenção primária em saúde, sendo discretamente abordada em 30% na atenção secundária representada pelos ambulatórios especializados que exerciam o cuidado aos pacientes idosos portadores de diabetes.

Na vertente das TIC desenvolvidas se destaca que em 100% os objetivos das ações educativas estavam voltados para estímulo ao autocuidado, na administração de medicamentos como a insulina, escolha acertada da alimentação e atividade física rotineira. Destarte é importante salientar que em 40% das estratégias tinham como

essencialidade o envolvimento familiar no estímulo e auxílio do idoso para o planejamento do cuidado.

Neste entorno a análise dos artigos estudados foram definidas duas categorias para serem discutidas: **Categoria I** – Exercício do ensino por tecnologias dependentes e **Categoria II** – Exercício do ensino por tecnologias independentes.

## 6.1 DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

### **Categoria 1**-Exercício do ensino por tecnologias independentes

Neste estudo verificou-se 90% dos atendimentos voltados para idosos no cuidado ao portador de diabetes estão na atenção primária, representada pelas unidades básicas de saúde, onde foi observado a importância na realização de atendimento em grupos na troca de experiências e na criação de vínculos entre idoso-profissional-família.

Por se tratar de tecnologias que não dependem de geração de energia elétrica, maquinário, internet entre outras, não é necessário recursos de alto custo, sendo uma estratégia facilitadora para usabilidade em áreas marginalizadas proporcionando equidade no fornecimento da saúde aos idosos. Para tanto pode otimizar os recursos existentes na unidade, sendo de fácil aplicação, tendo como resposta adesão dos usuários.

Destarte conota se necessário o estímulo da vivência prática dos idosos no ensino aprendido, tornando a educação fornecida mais assertiva e resolutiva, com técnicas que promovam maior segurança, destacando ainda a importância de manter uma equipe bem treinada na execução da educação em saúde.

### **Categoria 2**-Exercício do ensino por tecnologias dependentes

Nesta vertente pode se observar que foi necessária a utilização de ferramentas que promovessem ao idoso uma interação prática com a ação do cuidado diário que deverá exercer. Nesta perspectiva de tornar a realidade simulada, lúdica e dinâmica, despontou esta estratégia promovendo ensino aprendizagem mais significativo, com maior acessibilidade por se tratar de dispositivos baseados em acesso a navegação modernos e atuais, promovendo na compreensão da doença e a realização acertada do seu autocuidado.





Vale ressaltar que para gerir instrumentos de tecnologias duras e dependentes é necessário fornecer subsídios aos usuários dos sistemas, como os idosos e os profissionais de saúde para apropriar de sua metodologia de uso de forma qualificada e eficaz, promovendo o aproveitamento de suas funcionalidades. Estes cuidados potencializam e asseguram a resolutividade das problemáticas para qual foram construídas. Para tanto, estratégias foram estabelecidas através de ferramentas que facilitassem a compreensão do idoso e dos profissionais educadores na melhora da usabilidade. Para tanto o empoderamento promoveu em sua maioria melhora do nível de controle glicêmico e ao mesmo tempo acesso rápido ao profissional médico e enfermeiro para sanar as demandas acerca das possíveis complicações, tornando atendimento rápido resolutivo e seguro.

## 6.2 CONTRIBUIÇÕES PROFISSIONAIS

Assim, a importância da utilização desses instrumentos tecnológicos na vertente educacional para o ensino aprendizagem na educação em saúde do idoso portador de diabetes mellitus deve ser considerado como uma característica imprescindível para planejamento e implementação resolutiva. Este foco promove ações de qualidade e diferenciadas que visam a promoção da saúde e prevenção de possíveis complicações advindas deste processo patológico.

Notou-se que não houve o desenvolvimento de estratégias para serem aplicadas na atenção terciária, mais especificamente no âmbito hospitalar, demonstrando a necessidade de implementar ações que venham a suprir esta atenção. Para tanto é necessário a enfermagem como profissão do cuidar, exercer fundamentalmente a projeção de métodos que auxiliem o idoso portador de diabetes no seu autocuidado oferecendo estratégias que insiram esse usuário em um processo contínuo de fortalecimento da sua autonomia seja em âmbito da saúde primária, secundária e terciária. Devendo-se buscar continuamente o envolvimento familiar nas ações, além de considerar o grau de escolaridade do público-alvo na geração destes recursos.

## 7. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente trabalho mostrou-se que a doença Diabetes Mellitus vem se destacando no cenário nacional e mundial como uma doença crônica que mais tem crescido como



causas de óbitos independente do sexo, e gerador de alto custos para gestão devido as complicações serem muito presentes nos pacientes principalmente naqueles pacientes que possuem mais tempo diagnosticado. Também mostrou que quanto maior o tempo de diagnóstico do paciente menos ele mantém a postura em seu autocuidado, especialmente os idosos que com o envelhecimento e os desgastes dos órgãos e funções neurológicas e psicológicas dificultando assim o seu autocuidado, o que mostrou os desafios do idoso em seu autocuidado e presença de um cuidador (familiar ou não) para auxiliar em pelo menos uma parte do seu autocuidado.

O estudo teve como objetivo procurar as tecnologias voltadas aos idosos que favorecesse a autonomia do idoso em seu autocuidado em diabetes. Nos artigos encontrados mostrou que a criação das tecnologias tem ajudado o enfermeiro na abordagem e no ensino para com o idoso diabético, ajudando e facilitando no seu autocuidado com a promoção da tecnologia leve, independente gerando assim baixo custo para a Atenção Básica evitando maiores danos desse usuário na média e alta complexidade.

Já para as tecnologias leve - dura e dura, a implantação delas na Atenção Básica é necessário uso de ferramentas como celular, e telefone e internet, o que nem todo idoso dispõem dessas ferramentas, mas cabe ao enfermeiro direcioná-lo ao melhor acompanhamento em seu autocuidado.

## REFERÊNCIAS

BRASIL, **Estratégias para o Cuidado da Pessoa com Doenças Crônicas**, nº35 / Ministério da Saúde, Secretaria de Atenção à Saúde, Departamento da Atenção Básica- Brasília: Ministério da Saúde, 2014.

BRASIL, **Estratégias para o Cuidado da Pessoa com Doenças Crônicas: Diabetes Mellitus**, nº36 / Ministério da Saúde, Secretaria de Atenção à Saúde, Departamento da Atenção Básica- Brasília: Ministério da Saúde, 2014.

BRASIL, **Envelhecimento e Saúde da Pessoa Idosa**, Caderno de Atenção Básica. Ministério da Saúde, Secretaria de Atenção a Saúde, Departamento de Atenção Básica, 2006.

BRASIL. **Diabetes Mellitus**. Ministério da Saúde. Secretaria de Atenção Básica. Caderno de atenção básica /n16. Brasília, 2006.



BULECHEK G. M., BUTCHER H. K., DOCHTERMAN J. M., WAGNER C. M. C  
**NIC –Classificação das Intervenções de Enfermagem**. 6 ed. Rio de Janeiro: Elsevier,  
2016. 610 p.

CASTRO F. S. F. et al. **Avaliação da interação estudante-tecnologia educacional  
digital em enfermagem neonatal**. São Paulo: Revista da escola de enfermagem da  
USP, 2015.

CONSELHO FEDERAL DE ENFERMAGEM. **Resolução nº 358 de 2009**. Dispõe  
sobre a Sistematização da Assistência de Enfermagem e a implementação do Processo  
de Enfermagem em ambientes, públicos ou privados, em que ocorre o cuidado  
profissional de Enfermagem, edá outras providências. Brasília, DF, 15 out. 2009.

ELLIOTT K.; MARAN D.M.; BACH R. **Teaching student nurses how to use  
electronic patient records through simulation: A case study**. Elsevier, 2018.

FERNANDES A. K. C. **Simulação como estratégia para o aprendizado em  
pediatria**. Belo-Horizonte: REME, 2016.

FREIRE P. **Pedagogia da autonomia: saberes necessários à prática educativa**. São  
Paulo: Paz e terra; 2014.

FREIRE. P. **Pedagogia do oprimido**. 62ª ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2016.

FURINI, A. C, LEITE, M.T, PERLINI, N.M. O. G. **Em Busca de uma Instituição  
para Pessoa Idosa Morar: Motivos Apontados Por Familiares**, Revista Escola de  
Enfermagem USP. Volume 41. São Paulo, 2007.

GROSSI, Sonia Aurora Alves, PASCALI, Paula Maria. **Cuidados de Enfermagem em  
Diabetes Mellitos**. Departamento de Enfermagem da Sociedade Brasileira de Diabetes.  
São Paulo-SP. 2009

Disponível em <<http://www.acm.org.br/revista/pdf/artigos/383.pdf>. > Acesso em 18  
Dez. 2017

GUYTON E HALL. **Tratado de Fisiologia Médica**. 11ª Ed. Rio de Janeiro-RJ.  
Elsevier. 2006.

\_\_\_\_\_. **Fisiologia Humana e Mecanismo das Doenças**. 6ª ed. Rio de  
Janeiro-RJ. Guanabara Koogan 2008

HERDMAN, T. H., KAMITSURU S. **NANDA International nursing diagnoses:  
definitions and classification, 2018–2020**. Ames, IA: Wiley-Blackwell, 2018. 509 p.

International Diabetes Federation. **Diabetes Atlas** [Internet]. 8th ed. [cited 2017 Mai  
03]. Belgium: International Diabetes Federation; 2017. Available from:  
<http://www.diabetesatlas.org>.

INTERNATIONAL DIABETES FEDERATION. **IDF Diabetes Atlas** [Internet].  
Brussels: IDF; c2015 [cited 2016 Jan 02]. Available from: <http://www.diabetesatlas.org>.  
Acesso em: 23 Out 2018.



LINZA, Sérgio, **Medicina de Reabilitação**, 4ed. Rio de Janeiro, Guanabara Koogan, 2007.

MELO E. G., SANTOS C. L. J., FILHO R. A. B., SOUZA L. L., VASCONCELOS D. S., LIMA A. C. C., MACEDO L. C., COSTA M.M.L. **Perfil Sociodemográfico E Clínico De Idosos Com Diabetes**. Recife: Rev enferm UFPE on line, 2019.

MERHY, E. E. **Saúde: A Cartografia Do Trabalho Vivo**. 3. ed. São Paulo: Hucitec, 2002.

MOORHEAD S., JHONSON M., MAAS M. L., SWANSON E. **Classificação dos Resultados de Enfermagem**. 5 ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2016. 712 p.

MORAES, E. N. **Princípios Básicos de Geriatria e Gerontologia**. Belo Horizonte. Coopmed, 2008.

NETTO, M P., BRITTO, F. C. **Urgência em Geriatria: Epidemiologia, Fisiologia, Quadro Clínico, Conduas Terapêuticas**. São Paulo: Atheneu, 2001.

NIETSCHÉ, E. A. **As Tecnologias Assistenciais, Educacionais e Gerenciais produzidas pelos Docentes dos Cursos de Enfermagem das Instituições de Ensino Superior de Santa Maria-RS**. In: Universidade Federal de Santa Maria-UFSM. Relatório Final. Santa Maria (RS): UFSM/CNPq; 2003.

OHARA, Elisabete Calabuig Chapina, SAITO, Raquel Xavier de Souza. **Saúde da Família Considerações Teóricas e Aplicabilidade**. 2ed. São Paulo. Martinari. 2010.

POTTER, Patricia A. PERRY, Anne Griffin. **Fundamentos de enfermagem volume 1**. 6ªed. Rio de Janeiro. Elsevier, 2005.

REINALDO F., MAGALHÃES D.R., REIS L.P., GAFFURI S., FREDDO A., HALLAL R. **Impasse aos Desafios do uso de Smartphones em Sala de Aula: Investigação por Grupos Focais**. RISTI Rev Iber Sist Tecnol Inf [Internet]. 2016.

ROMERO M, Usart M, Ott M. **Can serious games contribute to developing and sustaining 21st century skills? Games Culture**. 2015; 10(2):148-77.

SANTOS AL, TESTON EF, LATORRE MRDO, MATHIAS TAF, MARCON SS. Trend in hospitalizations for diabetes mellitus: implications for health care. Acta paul enferm. 2015.

SILVA A, DAL Pra KR. **Envelhecimento populacional no Brasil: o lugar das famílias na proteção aos idosos**. ArgumentumInternet.2014.

SILVA, Penildon, **Farmacologia**, 7ed. Rio de Janeiro, Guanabara Koogan, 2006.



SMELTTZER, Suzane C., BARE, Brenda G., **Brunner e Suddarth Tratado De Enfermagem Médico-Cirúrgico**. Volume 3. 10 ed. Rio de Janeiro-RJ. Guanabara Koogan, 2006.

SOCIEDADE BRASILEIRA DE DIABETES. Diretrizes da Sociedade Brasileira de Diabetes (2015-2016) [Internet]. São Paulo: A.C. Farmacêutica; 2016.

TORTORA, Gerard J. GRABOWSKI, Sandra Reynolds. **Corpo Humano-Fundamentos de Anatomia e Fisiologia**. 6ª ed. Porto Alegre-RS. Artmed. 2006.

## **MARKETING: UM ESTUDO DE CASO DA FRANCHISING FRANQUIA NO RAMO DE DOCES FINOS NO MUNICÍPIO DE ITAMARAJU-BA**

Isabelly SOUZA GOMES<sup>37</sup>

Livia BOHAMA<sup>38</sup>

Selma CUNHA DOS SANTOS<sup>39</sup>

Jackson CORDEIRO DE ALMEIDA<sup>40</sup>

Gustavo SOUZA DE MELO<sup>41</sup>

Fernanda SPAGNOL PAGANOTO<sup>42</sup>

### **RESUMO**

O presente trabalho aborda o marketing estratégico e de relacionamento voltado para franquias, focando na empresa voltada para o ramo alimentício na área de chocolates finos. Mediante a busca por criação de um relacionamento com o cliente, foi levantado o questionamento “De que forma esta empresa pode desenvolver estratégias para atrair clientes e gerar um relacionamento?”. Visto que o padrão usado na franquia pode dificultar o desenvolvimento dessas estratégias. Objetivo geral desse estudo está em propor estratégias para gerar o marketing de relacionamento. Assim como os específicos estão em contextualizar o breve histórico do marketing, descrever o conceito de marketing estratégico, apresentar o segmento de franquia, apresentar as estratégias de marketing utilizadas e identificar o Mix de marketing no ambiente em que a empresa está inserida. Os métodos utilizados para o embasamento dessa pesquisa foram às abordagens qualitativas, os tipos de pesquisas foram bibliográficos, documentais e aplicação de questionário. O estudo visa mostrar o marketing e suas funções que são de extrema importância para a criação e

---

<sup>37</sup> Discente do curso de Tecnólogo em Gastronomia da FACISA/BA.

<sup>38</sup> Especialista em Docência do Ensino Superior. Docente da FACISA/BA. E-mail: liviaf30@gmail.com.

<sup>39</sup> Especialista em Gestão de Projetos. Docente da FACISA/BA. E-mail: selmacunha76@hotmail.com.

<sup>40</sup> Doutor em Educação Holística pela FACISC. Mestre em Gestão Social, Educação e Desenvolvimento Regional pelo Programa de Pós-Graduação Strictu Sensu da Faculdade Vale do Cricaré-FVC (2012-2014). Especialista em Filosofia e Sociologia. Especialista em Gestão Escolar (2008). Especialista em Inspeção Institucional. Professor titular de Filosofia e Sociologia da FACISA/BA. E-mail: jacksoncalmeida@hotmail.com

<sup>41</sup> Mestre em Matemática. Docente da FACISA/BA. E-mail: Gustavo.ead1@gmail.com.

<sup>42</sup> Mestre em Engenharia e Ciência de Alimentos. Docente da FACISA/BA. E-mail: fernandapaganoto@hotmail.com.



desenvolvimento de empresas, principalmente no ramo alimentício, como também em originar um relacionamento entre consumidor e organização. Palavras-chaves: Marketing, estratégias, ferramentas, franquia.

**Palavras-Chave:** Marketing. Franchising franquia. Doces finos.

## ABSTRACT

This paper addresses strategic and relationship marketing focused on franchises, focusing on the company focused on the food industry in the area of fine chocolates. Through the search for creating a relationship with the customer, the question was raised “How can this company develop strategies to attract customers and generate a relationship?”. Since the standard used in the franchise can hinder the development of these strategies. The general objective of this study is to propose strategies to generate relationship marketing. Just as the specifics are in context with the brief history of marketing, describe the concept of strategic marketing, present the franchise segment, present the marketing strategies used and identify the Marketing Mix in the environment in which the company operates. The methods used to support this research were qualitative approaches, the types of research were bibliographic, documentary and questionnaire application. The study aims to show marketing and its functions that are extremely important for the creation and development of companies, mainly in the food industry, as well as in creating a relationship between consumer and organization.

**Keywords:** Marketing. Franchising franchise. Fine candy.

## 1. INTRODUÇÃO

A presente pesquisa analisa o marketing utilizado pela empresa no ramo alimentício, focando no marketing estratégico e de relacionamento. Com o crescimento da globalização, os segmentos de mercado estão ainda mais competitivos, a cada dia surgem novas técnicas, é necessário que as empresas sempre procurem inovar para conseguir manter-se diante da concorrência e criar um relacionamento entre cliente e empresa.

Diante de um mercado que busca a cada dia criar um relacionamento com o cliente, e proporcionar a ele experiências e sensações para gerar memórias, foi levantado o questionamento “De que forma esta empresa pode desenvolver estratégias para atrair clientes e gerar um relacionamento?”, visto que a padronização utilizada pelas franquias acaba não permitindo criar estratégias que gerem isso.

Sendo assim, o objetivo geral proposto para a pesquisa está em propor estratégias para gerar o marketing de relacionamento. Como os objetivos específicos estão em contextualizar o breve histórico do marketing, descrever o conceito de marketing

estratégico, apresentar o segmento de franquia, apresentar as estratégias de marketing utilizadas e identificar o Mix de marketing no ambiente em que a empresa está inserida.

Atrair e conquistar a fidelização de clientes se tornou algo essencial para qualquer empresa, em uma realidade onde novos concorrentes surgem a todo o momento, é fundamental que as empresas busquem um diferencial competitivo e usem de diversos métodos como a criatividade, perspicácia e ousadia para se sobressair das demais, para não ficarem em desvantagem com relação aos oponentes existentes e os recém-chegados e não serem taxados como ultrapassados.

Segundo Kotler (2000): “todas as empresas lutam para estabelecer uma marca sólida, ou seja, uma imagem de marca forte e favorável”. E nessa competição é de extrema importância utilizar de todas as armas possíveis, e o marketing oferece a essas empresas a possibilidade de chegar a esses objetivos.

O marketing disponibiliza várias táticas e métodos que podem ser usados para aprimorar e criar estratégias para ampliar o desempenho efetivo da empresa, adaptar seus produtos e serviços para atender de forma abrangente as necessidades e anseios dos clientes e assim conquistar a fidelização e ofertar um bom produto que satisfaça seus consumidores. Assim ser capaz de analisar seus oponentes já existentes e os novos entrantes, quais as possíveis ameaças, os pontos fracos e os fortes e quais as vantagens.

A pesquisa é um estudo de caso, o local de estudo é Itamaraju-BA no qual segundo dados do (IBGE, 2010) a cidade é composta de cerca de 63.069 mil habitantes. A empresa fundada em 1988 tem sua sede na cidade de Itapevi (SP) e franquias espalhadas por todo o país, incluindo na cidade de Itamaraju, no qual será realizado esse estudo, ela é atuante no mercado de doces finos.

O presente artigo mostrará algumas temáticas, contextualizando o breve histórico do marketing internacional e nacional, suas características, conceito, as estratégias, o composto de marketing, o marketing estratégico e de relacionamento. Trazendo através desses capítulos informações mais aprofundadas sobre o tema em foco.

Las Casas (2009, p. 7), afirma que: “o marketing sempre foi praticado, uma vez que em qualquer época da comercialização as variáveis sempre foram utilizadas, variando apenas seu grau de utilização”. É notório que, desde o passado o marketing existia como modo de comercialização de cada mercadoria, mas com o passar do tempo sofreu algumas alterações.



As empresas vêm buscando cada vez mais obter um marketing estruturado, para a construção deste é necessário utilizar estratégias para conseguir atingir os objetivos traçados, pois não basta apenas planejar, é preciso pesquisar quais os melhores meios para se chegar aos seus objetivos, ou seja, quais serão as melhores estratégias para se atingir o mercado desejado.

O Marketing e todas as suas ferramentas digitais são essenciais para captar mais clientes, aprimorar as ofertas e ter um melhor relacionamento com o consumidor. O uso dos meios digitais a favor da organização pode contribuir muito para o seu crescimento, aproveitar os recursos de promoção que são oferecidos por eles, aumentam a capacidade competitiva de qualquer empresa.

Por fim, é esperado que se explore o marketing como ferramenta para gerar relacionamento, as estratégias utilizadas pela empresa. Assim como o uso do mesmo para criação de novas estratégias, buscando melhoras tanto para os consumidores, como também, para manter-se a frente de seus concorrentes.

## **2. METODOLOGIA**

A metodologia por tradução é o estudo dos métodos, podendo ser uma disciplina ou meio de conduzir pesquisas. Ela é elucidação de todas as ações feitas no trabalho de pesquisa, onde são descritos o tipo de pesquisa e os meios utilizados. Segundo Bruyne (1991), a metodologia é a lógica dos processos científicos em sua criação e em seu desenvolvimento, não se restringe, desse modo a uma “metrologia” ou tecnologia da medida dos fatos científicos.

No presente trabalho será utilizado o método de abordagem qualitativa e quantitativa. Tanto a pesquisa qualitativa quanto a quantitativa têm por objetivo mostrar o ponto de vista do indivíduo: a primeira considera a proximidade do sujeito, como por exemplo, através da entrevista; na segunda, essa proximidade é medida por meio de materiais e métodos experimentais (KNECHTEL, 2014).

A metodologia empregada no presente estudo consiste em primeiramente realizar embasamento bibliográfico sobre o assunto em questão para obter uma maior precisão e assim confrontar informações dos autores com a real situação da empresa. De acordo com Gil (2002, p. 44), “A pesquisa bibliográfica é desenvolvida com base em material já elaborado, constituído principalmente de livros e artigos científicos”.





Para a execução dos objetivos propostos, será realizada uma pesquisa de campo, por meio da aplicação de um questionário estruturado, com intuito de analisar a propagação dos produtos da empresa. O presente estudo caracteriza-se como uma pesquisa descritiva, pois irá identificar quais fatores são determinantes e responsáveis pelo relacionamento entre cliente e empresa.

O local de estudo é cidade de Itamaraju-BA no qual segundo dados do (IBGE, 2020) ela é composta de cerca de 64.455 mil habitantes. A empresa estudada tem uma rede de franquias e está inserida no ramo alimentício na área de chocolates finos.

Foram selecionando apenas artigos publicados em Congressos e Periódicos; com isso resultaram em 15 artigos e 5 livros, que estão sendo utilizados para embasamento teórico.

A técnica de coleta de dados será realizada através de dados documentais e bibliográficos e aplicação de questionário. A pesquisa documental são os materiais que podem ser reescritos conforme os componentes do estudo. A pesquisa bibliográfica é utilizada das contribuições de diversos autores sobre assuntos específicos (GIL, 1996).

Quanto aos meios, este trabalho está caracterizado como um estudo de caso, o qual conforme Vergara (2000, p. 49) "o circunscrito a uma ou poucas unidades, entendidas essas como uma pessoa, uma família, um produto, uma empresa, um órgão público, uma comunidade ou mesmo um país". Nesta perspectiva, é possível afirmar que o estudo de caso ofertou um alto nível de profundidade e detalhamento da instituição em estudo.

A trajetória de pesquisa foi iniciada no dia 5 de agosto com a utilização de descritores para direcionar o universo do estudo, os descritores escolhidos foram marketing, marketing estratégico, matriz FOFA, franquia, Itamaraju BA. Após o início da pesquisa foram analisados dados da empresa para assim encontrar o problema e consequentemente a solução, através do estudo do marketing utilizado pela empresa, seu atendimento, a forma usada para atrair os consumidores e o relacionamento com os clientes.

### **3. BREVE CONTEXTO HISTÓRICO DO MARKETING**

Existem vários estudiosos que relatam o nascimento e a história do Marketing, foram separados alguns que serão abordados durante a pesquisa. Las Casas (2009, p. 7),

afirma que: “o marketing sempre foi praticado, uma vez que em qualquer época da comercialização as variáveis sempre foram utilizadas, variando apenas seu grau de utilização”.

É notório que, desde o passado o marketing existia como modo de comercialização de cada mercadoria, mas com o passar do tempo sofreu algumas alterações.

Para Urdan e Urdan (2013, p. 6), “As origens remontam ao final da primeira metade do século XX, com respostas articuladas por algumas companhias de vanguarda em face ambiente em mutação”.

Ao decorrer dos anos, com as modificações de mercado, as organizações acabaram notando como o estudo do marketing contribui para captar as expectativas do mercado, tencionando e projetando estratégias para satisfazer os clientes.

Na expectativa de se transformar em uma enorme ferramenta para o mercado, o marketing passa por procedimentos de transferência, novos conceitos e métodos foram adotados com o passar do tempo. Embora o marketing seja muito atual, ele se tornou peça central para o desempenho de uma empresa. Atualmente a comercialização do produto está diretamente casada com a forma que se é divulgado e isso só é possível ser feito através dos instrumentos que o marketing oferece.

O desenvolvimento do Marketing no Brasil seguiu a indústria e a vinda de empresas estrangeiras para o país. Em virtude da crise gerada pelos empréstimos que pressionavam a economia nacional, desde então o Brasil entrou na nomeada “década perdida”. No decorrer desse período não aconteceu à evolução do marketing, em resultado gerado pela perda do poder de compra, o que deu origem a uma “inflação galopante” e vários planos econômicos para contê-la, que não foram bem-sucedidos (COSTA; VIEIRA, 2007). Conforme Kotler e Keller (2006, p. 21 4), “o marketing é um processo social pelo qual indivíduos e grupos obtêm o que necessitam e desejam por meio da criação da oferta e da livre troca de produtos e serviços de valor com outros”.

Nesse cenário, as táticas pela procura do contentamento do freguês tornam se algo pertinente para a construção e aperfeiçoamento do marketing, pois visa os anseios e necessidades dos clientes para serem analisados e utilizados a favor das empresas.

Com as alterações que sucederam no meio mercadológico, o Marketing passou por diversos ciclos de comercialização ou procedimento de troca, em que vários autores passaram a segmentar o marketing em partes que evidenciaram sua história, e as mais



relatadas são três a era da produção, da era da venda e da era do marketing (COBRA, 2003).

É necessário que qualquer e todo método passe por um processo de mutação para que assim evolua e se aprimore com o intuito de assegurar melhores desempenhos para as empresas. Cada fase do processo sofreu mudanças para transformar o marketing em um grande aliado das organizações.

Em seguimento do contexto histórico, na era da produção que aconteceu por volta de 1925, as empresas do Oeste Europeu e dos Estados Unidos, estavam inclinadas a somente produzir, sem foco em vendas ou em marketing, cada família se encarregava da produção do seu próprio sustento, assegurando assim a sua sobrevivência (COBRA, 2003).

Devido a revolução industrial e a grande escala de produção, surge também a era das vendas, abrindo espaço para um novo modelo de oferta de produtos.

Na era das vendas começaram a surgir os primeiros sinais de excesso de oferta. Os fabricantes desenvolveram-se e produziram em série. Portanto, a oferta passou a superar a demanda e os produtos acumulavam-se em estoques. (LAS CASAS, 2009, p. 8).

Após esse excesso de vendas, notaram que uma pesquisa maior deveria ser feita, uma vez que, não bastava apenas ofertar, mas, contudo, se fazia necessário elaborar um planejamento para alcançar a satisfação dos clientes.

É a apreensão com a disposição do restante de produção decorrentes da Revolução Industrial que estimulou a procura da adoção dos conceitos de marketing para identificar mercados e a forma de atingi-los (HONORATO, 2004).

Inicia-se então um novo período, altamente inovador e completamente diferente de tudo já visto. A era do marketing trouxe novos métodos e meios de estratégias para vender os produtos.

A era do marketing teve de início a partir de 1950. Os Empresários passaram a perceber que as vendas a qualquer custo não era uma forma de comercialização muito correta. As vendas não eram constantes. O mais importante era a conquista e a manutenção de negócios em longo prazo, mantendo relações permanentes com a clientela. Todos os produtos deveriam ser vendidos a partir da constatação dos seus desejos e necessidades. O cliente passou a dominar o cenário da comercialização como um dos caminhos para a obtenção de melhores resultados. (LAS CASAS, 2009, p. 8).



Ao passar dos anos com as modificações mercadológicas, os empresários observaram que era essencial investir em marketing, elaborando estratégias para fidelizar os consumidores, compreenderam que não era necessário apenas vender, mas obter o maior número de cliente por meio das promoções e técnicas de melhores ofertas de divulgação do produto. E então o marketing foi ganhando força e sendo instituído em empresas de diversos países, inclusive no Brasil.

### 3.1. CONTEXTO HISTÓRICO NACIONAL

A história do Marketing no Brasil está relacionada com os movimentos políticos que ocorreram no país durante do governo de Juscelino Kubitschek. Assim, a primeira instituição de ensino brasileira passa a se preocupar com a formação profissional nessa área, por meio da importação de conhecimentos e ações externas dos Estados Unidos (COSTA; VIEIRA, 2007).

Conforme Las Casas (2009, p. 2), “no Brasil por volta de 1954, marketing foi traduzido por mercadologia, quando surgiram os primeiros movimentos para a implantação de curso específico em estabelecimento de ensino superior”.

Nesse cenário, as escolas e suas iniciativas foram de fundamentais para o avanço do marketing no Brasil, visto que, por efeito dos estudos disponibilizados por elas, formaram-se profissionais nos quais promoveram o conhecimento do marketing do país.

No Brasil da década de 50 não existiam profissionais de Marketing. Os encarregados por vendas faziam parte dos departamentos comerciais das empresas. Só após o surgimento da EAESP da Fundação Getúlio Vargas, e com o empenho de duas outras escolas também pioneiras, a Escola Superior de Propaganda, hoje ESPM, Escola Superior de Propaganda e Marketing e a Escola Superior de Negócios do Padre Sabóia, é que as funções de pesquisa de mercado e gerência de produtos começam a ser reconhecidas, passando de apenas temas importantes nos currículos acadêmicos para ganhar status de gerência nas organizações industriais e comerciais. (COBRA, 2003, p. 3).

Dessa maneira, cada uma das instituições de ensino foram responsáveis por tornar o marketing o que ele é hoje, pois com o conhecimento adquirido, os profissionais são capazes de converter teoria em prática e utilizar os métodos ensinados como meio de estratégia para as empresas que os contratam.

As precursoras no ensino do Marketing no país foram a Universidade de São Paulo – USP e Fundação Getúlio Vargas – FGV, que introduziram como disciplina de seus cursos (COSTA e VIEIRA, 2007).



Desse modo, por consequência a esse efeito causado pela recessão na economia nacional o marketing não pode se estruturar e nem crescer nesse momento conturbado no qual o país passou.

Porém, a importância da integração das ações de Marketing começou a ser perceptível nos anos 90. No Brasil esse fenômeno foi evidenciado pela perda de mercado que as agências de publicidade passaram, por até então, serem consideradas como únicas opções das empresas para que suas imagens fossem valorizadas. Foi daí, que as próprias agências passaram a investir em conhecimento e especialização da área, principalmente com o Marketing Direto, Marketing Promocional, e Marketing Cultural (SANTOS, et al., 2009).

Passado o período de dificuldades surgiram diversos estudos sobre o marketing e suas diversas áreas, logo, tomou uma dimensão enorme no país dando vida a tudo o que há de promocional e publicidade.

A partir da década de 1990 o marketing passa a ser incorporado ao curso de “Propaganda e Publicidade” tal como em outras áreas, o avanço tecnológico também tem forte influência no desenvolvimento do Marketing. O comércio eletrônico foi uma revolução na logística, distribuição e formas de pagamento. O marketing voltou agregado. (COBRA, 2003, p. 6).

Desse modo, embora novo o marketing tem grande influência para o desenvolvimento de uma organização, agregando e cingindo-se com todos os setores, onde um breve histórico revela todo o processamento que essa ferramenta sofreu para se tornar essa grande máquina de vendas.

#### **4. CONCEITO DO MARKETING**

Ao decorrer dos anos as definições para o marketing e suas funções sofreram alterações, porém o alvo sempre foi realizar trocas entre consumidor e empresa, com intuito de vender em maior quantidade e assim atrair novos clientes.

A definição de um dos primeiros conceitos de marketing foi da American Marketing Association (AMA), como um procedimento pelo qual se planeja e executa a concepção, a fixação do preço, a promoção e repartição de ideias, bens e serviços que impulsionam trocas que satisfazem aos objetivos individuais e organizacionais. (BASTA, et al., 2006).



Em sua tradução o significado do marketing é o processo utilizado para instituir que produtos ou serviços consigam interessar aos consumidores, assim qual a estratégia que será usada nas vendas, comunicações e no desenvolvimento do negócio.

A AMA propriamente redefiniu um novo conceito em 2004 para o Marketing, como uma função organizacional e conjunto de processamentos para produzir, contatar e entregar valor a consumidores e gerenciar relacionamento com clientes de maneira que beneficiem a organização e suas partes interessadas. (URDAN; URDAN, 2013).

Nessa nova concepção, o relevante é satisfazer as necessidades dos clientes e seus desejos, buscando administrar um relacionamento com eles.

Marketing é a função empresarial que identifica necessidades e desejos insatisfeitos, define e mede sua magnitude e seu potencial de rentabilidade, especifica que mercados-alvo serão melhor atendidos pela empresa, decide sobre produtos, serviços e programas adequados para servir a esses mercados selecionados e convoca a todos na organização para pensar no cliente e atender ao cliente. (KOTLER, 2003, p. 60).

Nesse sentido, refere-se a estudos voltados para suprir a necessidades e desejos dos clientes. Sendo que, toda empresa precisa saber o que se deve ofertar e em uma loja de doces finos não é diferente, saber o que ofertar e como isso pode ser feito, é fundamental para seu bom desenvolvimento.

Tratando-se do marketing, os profissionais aderem o ponto de vista do consumidor e para que este seja devidamente aplicado, tudo deve girar em torno das necessidades e desejos dos clientes. Enfim, um relacionamento entre empresa e consumidor, no qual a organização procura satisfazer as necessidades e desejos do seu público para atingir seus objetivos lucrativos, isto é, uma relação em que todos os integrantes saíam ganhando. (CAMPOS, 2013).

Atualmente, esse conceito necessita ir ainda mais longe, não só satisfazer seu público, é preciso surpreendê-lo e tentar fazer previsões sobre suas expectativas em relação ao produto, com o intuito de atrair o consumidor visando a concretização da venda. Tendo em vista que:

Marketing é a área do conhecimento que engloba todas as atividades concernentes às relações de trocas orientadas para a criação de valor dos consumidores, visando alcançar determinados objetivos de empresas ou indivíduos através de relacionamentos estáveis e considerando sempre o ambiente de atuação e o impacto que essas relações causam no bem-estar da sociedade. (LAS CASAS, 2009, p. 15).

Na busca pela satisfação da necessidade, não somente o cliente é beneficiado, as empresas também ganham com isso, porque há uma elevação nos lucros e desempenho diante aos seus concorrentes, chegando assim há um crescimento econômico e social.

Nesse cenário, Kotler e Keller (2006, p.54), enfatiza que: “o marketing supre necessidades lucrativamente, ele tem a capacidade de identificar uma necessidade particular ou social e transformá-la em uma oportunidade de negócio lucrativa”. Sendo assim, ele visa despertar os desejos fazer com que estes se tornem uma necessidade, aproveitando assim, as oportunidades de negócio.

Deste modo, o marketing tem a função de reconhecer necessidades não satisfeitas, pondo à disposição no mercado produtos ou serviços que promovam satisfação aos consumidores, que propiciem resultados às empresas e auxiliem na melhoria da qualidade de vida do consumidor e da sociedade. (COBRA, 1992 apud SOUZA, 2010).

Com o passar dos anos, os conceitos sofreram mudanças, bem como a visão dos clientes, logo surgiram novas técnicas e métodos, os consumidores se tornaram mais rigorosos, não querendo só o menor preço, suas exigências vão além, e com tantas variantes, muitas empresas vêm perdendo sua fatia de mercado. O marketing é o departamento de fabricação de clientes da empresa, sendo assim, se a organização possui um marketing positivo, logo, alcançará sucesso empresarial, consolidará sua marca no mercado conquistando a confiança de seus clientes.

## **5. ESTRATÉGIAS DE MARKETING**

As empresas vêm buscando cada vez mais obter um marketing estruturado, para a construção deste é necessário utilizar estratégias para conseguir atingir os objetivos traçados, pois não basta apenas planejar, é preciso pesquisar quais os melhores meios para se chegar aos seus objetivos, ou seja, quais serão as melhores estratégias para se atingir o mercado desejado.

Na concepção de Kotler e Keller (2006, p. 54), “Estratégia é um plano de ação para chegar lá. Para atingir suas metas, todos os negócios devem preparar estratégias, as quais consistem em uma estratégia de marketing”.

Nesse sentido, as empresas procuram estar estabelecendo metas a serem alcançadas, e para chegar aonde desejam, necessitam planejar suas estratégias,

principalmente as voltada para a competitividade, visto que, a cada dia o mercado se torna mais competitivo.

Dessa forma, estratégia competitiva é o conjunto de ações de uma organização para criar uma posição sustentável no mercado, enfrentar as forças concorrentes e obter retorno sobre o capital investido (PORTER, 1991).

Nessa perspectiva de mercado cada vez mais competitivo, cabe as empresas traçar suas estratégias para se manter competitiva diante de seus concorrentes, ameaças e novos entrantes potenciais. Não basta apenas usar marketing, é preciso também estudar o mercado, estar sempre atento aos seus concorrentes para não ficar ultrapassado e perder sua fatia de mercado.

As estratégias competitivas devem analisar não apenas as necessidades do consumidor-alvo, mas também as estratégias dos concorrentes. Portanto, para o desenvolvimento de estratégias que levem ao alcance da vantagem competitiva, o primeiro passo está no processo de análise e avaliação da organização e da concorrência (KOTLER; ARMSTRONG, 1999).

Para construir um marketing estratégico eficaz é necessário usar as estratégias competitivas, elaborar ações de acordo com perfil da empresa e seus com os concorrentes visando sempre criar uma vantagem competitiva diante destes, onde o marketing oferece várias ferramentas para aumentar essa competitividade.

## **6. MARKETING ESTRATÉGICO PARA FRANQUIAS**

O marketing estratégico deve examinar as necessidades dos indivíduos e organizações, assim como a evolução destes nos mercados, buscando soluções. Usando as informações de mercado para mostrar a empresa como extrair vantagens e oportunidades do mercado que correspondam aos seus recursos e missão.

O marketing estratégico faz com que a empresa busque conhecer as indispensabilidades dos seus clientes, assim como criar neles a necessidade de seus produtos para que consigam demandar suas ofertas. Esse método “exerce papel fundamental de aproximação da organização com os consumidores.” (SPAREMBERGER e ZAMBERLAN, 2008, p. 17).



Ele implica uma função mais aprofundada, desenvolvendo as suas próprias oportunidades através do comportamento adiantado aos acontecimentos do mercado, criando assim uma vantagem competitiva.

De acordo com Ambrósio e Siqueira (2002) o fundamento do marketing estratégico é a análise de mercado, onde o plano de marketing será realizado, procurando compreender os componentes estratégicos e táticos do mercado com maior precisão. Em vista disso, procura-se fazer levantamento de informações significativas, para que se desenvolva o marketing tático da empresa, após isso se prepara o marketing estratégico, onde diversas informações mais complexas são obtidas para então poder descrever a segmentação do mercado, a seleção do mercado-alvo, adequação dos produtos e serviços da empresa. Para o mercado alvo e segmentação, é notável que nenhuma instituição atinge a satisfação de todos somente em um mercado, sendo necessário que os profissionais de marketing iniciem o planejamento da segmentação de mercado.

Todas essas informações auxiliam as empresas a criar estratégias, conhecer seu público-alvo e conquistar clientes. Seja a organização privada ou uma franquia, é preciso que se elabore um plano estratégico.

O sistema de franquias tem base na mutualidade e na total transparência, através da comunicação contínua, comprometimento e dedicação a todo instante, fazendo do franqueador o responsável por estabelecer as diretrizes de comportamento e as regras do negócio com o objetivo de preservar sua integridade (BARROSO, 2005).

Esse sistema também é conhecido como franchising trazida para o Brasil e que vem ganhando força, buscando maior competitividade no segmento e melhores resultados.

Ribeiro et al. usam uniformidade para explicar o franchising sob uma visão diferente. Segundo os autores (2011, p. 23) esse método seria “[...] como uma orquestra, na qual o franqueador é o regente dessa orquestra, e os franqueados são os músicos que tocam os seus instrumentos, alinhados a uma composição de várias notas e seguindo um padrão musical adotado como verdadeiro e melhor para entregar ao público participante das apresentações (clientes)”.

Para que essa orquestra funcione e sejam alcançados os resultados esperados se faz necessário analisar e criar métodos que se adaptem a região em que a instituição está inserida, sem deixar de lado a padronização.



É notório que o planejamento estratégico em franquias deve desenvolvido considerando o franqueador, isto é, no início do negócio, procurando identificar proveitos e potencialidades da organização em expandir suas atividades. A análise de franqueabilidade viabiliza todos os detalhes da estrutura da empresa, detalhando riscos e oportunidades e mostrando o caminho a ser seguido pela franquia (STOCKER, 2014).

Da ótica do franqueado precisam ser observados os aspectos relacionados à padronização, para evitar a descaracterização do negócio. Podendo assim haver alguns limites para o planejamento estratégico, porém, toda instituição precisa estar atenta quanto aos riscos e oportunidades, pontos fracos e fortes.

Veronesi (2013) afirma que os 4Ps para abrir uma franquia de sucesso são: Planejamento, Padronização, Perfil (de franqueado e franqueador) e Peculiaridade do negócio. Estas são características básicas que devem ser consideradas pelo franqueado, e que fazem parte da estratégia de abertura de uma franquia.

O planejamento está relacionado à compreensão das informações necessárias dar segmento a franquia, especialmente diante os problemas que possam surgir ao decorrer das atividades. Já a padronização se relaciona a chance de inovação que são disponibilizadas pelo franqueado. O padrão está inserido no branding, por isso é essencial atentar-se as características que identificam a franquia. O Perfil, tanto os franqueados como os franqueadores, precisa ter algumas características básicas, como capacidade de atendimento das exigências, flexibilidade, astúcia para lidar com conflitos, etc. Por fim, a Peculiaridade do negócio diz respeito à originalidade e como ela é necessária.

Nesse cenário, é visível a importância da segmentação de mercado e o Planejamento Estratégico de Marketing passa ser a ferramenta fundamental na gestão empresarial, pois transforma as atividades da empresa em estratégias claras, servindo, ainda, para o alinhamento da visão dos gestores e direcionamento de recursos (DIAS, 2008).

Desse modo, o franqueado precisa ser criativo, trazer inovações e colocar em prática seus conhecimentos e qualidades de empreendedor, usando o marketing estratégico como principal arma para que a franquia se adeque a sua região, pois a rede não depende somente do franqueador, este tem o papel de coordenador e fiscalizador do processamento com a missão de melhorar a performance dos negócios. Isto é uma gestão estratégica de marketing que direcione seus esforços para o mercado segmentado, analisando as necessidades e comportamento do consumidor para associar aos objetivos

da organização de forma equilibrada, sem ter que abrir mão da sua missão e valores, e através desses dados colocarem em prática a gestão do composto mercadológico (os 4ps), de modo que a empresa propague a sua proposta de valor e que esta seja percebida pelo público alvo atendendo expectativas deste, não obstante o posicionamento mais estratégico diante do ambiente que a empresa está inserida.

Sendo assim é necessário seguir esses procedimentos, fazer uma análise do ambiente em que o empreendimento será inserido, do comportamento do consumidor, o desenvolvimento de valor do produto. Dentre os métodos mencionados acima, podemos citar o mix de marketing também conhecido como composto de marketing, ele é fundamental para o desenvolvimento de qualquer empresa possibilitando não só isso, como também a criação de um relacionamento entre a empresa e o cliente.

## **7. COMPOSTO DE MARKETING**

Para o desenvolvimento de estratégias e uma visão sistêmica de todas as partes, é preciso conhecer as vantagens de desvantagens da organização conforme seu Mix de marketing ou como também é chamado de Composto de Marketing.

A expressão composto de marketing ou composto mercadológico foi usada pela primeira vez por James Culliton em 1948, ele foi o autor do primeiro conceito, dividindo-o, em dois grupos: as forças do ambiente e os elementos do marketing. Anos depois, em 1960, McCarthy escreveu um resumo desses elementos, que hoje é conhecido como os 4Ps (Produto, Preço, Praça e Promoção) (BASTA, et al., 2006).

Esse composto age como um auxiliar nas empresas, através dele são traçadas estratégias, assim como ter o conhecimento de quem são os seus consumidores utilizando essa ferramenta que abrange todas as áreas da organização. Ante o exposto, vale salientar que: O Composto Mercadológico é formado por diversas atividades empresariais que tem por finalidade influenciar o consumidor a obter um determinado produto ou serviço em detrimento de outros.

O composto de marketing é o conjunto de ferramentas de marketing que a organização usa para alcançar seus objetivos de marketing no mercado-alvo. (ZENONE, 2011, p. 22).

Segundo o autor, esses componentes são um grupo de variáveis controláveis que podem influir no ambiente mercadológico, eles foram criados para suprir as necessidades dos clientes e os desejos, e com isso conseguirem aumentar as vendas.

Nesse sentido, Churchill Jr; Peter (2005 apud STEFFEN, 2009, p. 20), enfatiza que o composto de marketing: “é uma combinação de ferramentas estratégicas usadas para criar valor para os clientes e alcançar os objetivos da organização”.

Esta é uma ferramenta que proporciona as empresas identificar quais os melhores meios a serem utilizados para conquistarem seus objetivos, mas que de acordo com alguns autores precisa de algumas mudanças para que assim suas metas sejam alcançadas.

Para Lauterborn apud Schultz et alii (1994, p. 14), a teoria dos 4Ps foi pertinente para a sua época e cultura, entretanto ela funcionou de cima para baixo na empresa. Tinha por orientação os produtos mais do que para os consumidores, por isso, propôs os 4Cs para substituir à teoria de McCarthy. Ele recomenda o uso de Cliente como substituto do Produto; Custo possível para o cliente, no lugar do Preço; Conveniência no lugar do Ponto de Distribuição e Comunicação, em substituição da Promoção.

Sendo assim, a satisfação do cliente tem uma maior influência na elaboração precisa dos 4C's e 4P's, já que os consumidores tornaram se mais importantes para uma instituição.

4 PS	4CS
Produto	Cliente (solução para o)
Preço	Custo (para o cliente)
Praça	Conveniência
Promoção	Comunicação

Tabela 1: Composto de marketing Fonte: Kotler e Keller (2006)

Com isso o cliente se torna o principal objetivo a ser atingido, tirando o foco somente do produto e do que ele pode proporcionar para o que o cliente necessita, quanto ele quer pagar por isso e como adaptar os produtos para melhor atender esses clientes.

## 7.1. PRODUTO

Quando se fala em produto, pensamos somente no que é comercializado, mas o produto nos 4P's vai além desse conceito. Kotler e Armstrong (2007) descreve o produto como “algo que pode ser oferecido a um mercado para apreciação, aquisição, uso ou consumo e para satisfazer um desejo ou uma necessidade”. Muitos fatores são levados em conta no

desenvolvimento de um produto, os autores descrevem essa elaboração em três níveis de produto que o especificam em detalhes, o produto principal é o benefício principal, caracterizar a natureza funcional do produto; incluir o produto básico como um guia fatores de embalagem, marca, nível de qualidade, design e características específicas. A terceira camada que são requeridos nos serviços que são incluídos na compra dos produtos como, instalação, serviço pós-compra, garantia de entrega e reputação.

## 7.2 PRAÇA

A praça diz respeito ao local que é feito a distribuição dos produtos. Kotler (2003) afirma que para fornecer produtos ou serviços ao público-alvo, cada empresa deve fazer uma análise de mercado e determinar como alveja-lo da melhor forma e com o menor custo. Cada produto possui características próprias, fazendo com que sua distribuição e disponibilização sejam dadas em um formato mais adequado, dependendo da estratégia de cada empresa.

Isso envolve uma pesquisa aprofundada da cidade em que a sua empresa está inserida, do seu público-alvo, dos seus concorrentes, do tipo de produto que é ofertado pela empresa, tudo isso para obter melhores vendas e alcançar mais clientela.

## 7.3. PREÇO

O preço está relacionado ao custo e o lucro, ao valor que será pago pelo cliente. Para Las Casas (2006) “o preço ajuda a dar valor às coisas e representa uma troca pelo esforço feito pela empresa vendedora através da alocação de recursos, capital e mão-de-obra dos produtos comercializados”. O preço engloba toda a produção e empenho dos trabalhadores envolvidos, vai além da matéria prima, ele é o valor atribuído ao produto e isso deve ser passado para o cliente.

## 7.4. PROMOÇÃO

A promoção está relacionada à parte de comunicação, propaganda e tudo que envolve a divulgação do produto. Conforme Kotler (1998) a promoção é uma série de ações que terão como foco certos produtos e/ou serviços para promover sua comercialização ou disseminação. Ela tem o sentido de divulgar sua marca e suas



soluções e transmitir informações para que a sua marca se propague e cheguem aos ouvidos dos consumidores de maneira correta. Fazem com que a sua empresa se torne mais conhecida e uma possível solução para suprir as necessidades e desejos dos clientes. Sendo assim, esse método busca conhecer todos os âmbitos em que a empresa está inserida para produzir estratégias que levem a organização a crescer e se estabelecer no mercado competitivo, assim como as ferramentas que o marketing estratégico oferece.

## 8. FERRAMENTAS DO MARKETING ESTRATEGICO

O marketing estratégico tem por objetivo certificar-se de que a empresa por um tudo se adeque ao ambiente em que está inserida, o seu ambiente operacional. Com as constantes alterações nos âmbitos organizacionais como de legislação, perda de mão de obra e entre outras tantas, as instituições precisam moldar-se para alcançar seus objetivos instituídos.

Segundo Kotler (1992) o marketing estratégico também pode ser classificado como um processamento gerencial que busca a evolução do segmento de mercado, direcionando as oportunidades à frente aos objetivos e recursos da empresa. No campo do marketing estratégico, o objetivo é focar nos negócios e produtos da organização, e empenhar-se em orientá-los para o crescimento das vendas e dos lucros.

O marketing estratégico abrange não só a gestão das etapas estabelecidas, como também as etapas iniciais como a definição de mercado alvo, determinação de missão e objetivos organizacionais nos âmbitos internos e externos.

Portanto, a gestão estratégica pode ser vista como uma série de etapas a serem seguidas dentre elas estão: análise de oportunidades e ameaças que existem no ambiente externo, assim como análise dos pontos fortes e fracos do meio interno, determinação da missão institucional e os objetivos gerais, desenvolvimento de estratégias utilizando a combinação dos pontos fortes e fraquezas com as oportunidades e ameaças do ambiente, implementação dessas estratégias e uso de atividades que permitam um controle estratégico para assegurar que os objetivos gerais da organização sejam atingidos.

Para cada etapa a ser realizada há um método que é disponibilizado pelo marketing estratégico são elas: missão, visão e valores é por meio desse recurso que se consegue definir a direcionamento estratégico da empresa, onde se quer chegar e qual visão que a instituição quer passar para a sociedade. O composto de marketing também pode ser

considerado uma ferramenta do marketing estratégico, pois ele possibilita a análise de mercado, definição de mercado alvo, preço, localização e através dessas informações são desenvolvidas estratégias.

O marketing de relacionamento pode ser igualmente relacionado ao marketing estratégico, pois ele é responsável pela conquista de cliente e a sua fidelização, ou seja, uma relação entre a empresa o cliente.

A análise SWOT ou FOFA também faz parte dessas ferramentas, pois a mesma analisa os pontos forte e fracos, as oportunidades e ameaças no meio interno e externo. Trazendo informações tanto da empresa como dos concorrentes, disponibilizando a criação de métodos para alcançar as metas, aproveitar as oportunidades e melhorias nos pontos fracos da empresa.

### 8.1. ANÁLISE SWOT – FOFA

A análise SWOT ou Matriz FOFA é o procedimento que analisa informações necessárias sobre a empresa, seus clientes e principalmente sobre a concorrência. A avaliação dos concorrentes possibilita o conhecimento das habilidades dos mesmos, permitindo que a organização intensifique suas forças e determine as estratégias e os objetivos que a levem a crescer no meio competitivo.

Esta ferramenta que atualmente é utilizada por diversos acadêmicos foi desenvolvida por dois professores da Harvard Business School, Kenneth Andrews e Roland Cristensen, e tem por objetivo examinar a competitividade de uma instituição conforme quatro aspectos: Strengths (Forças), Weaknesses (Fraquezas), Opportunities (Oportunidades) e Threats (Ameaças). Essas variáveis viabilizam o conhecimento das forças e fraquezas da empresa, das oportunidades e ameaças do âmbito em que a instituição está inserida. Quando há um alinhamento entre os pontos fortes de uma empresa com os elementos críticos de sucesso para atender às oportunidades de mercado, a empresa certamente será competitiva no longo prazo (RODRIGUES, et al., 2005).

A análise da Matriz SWOT é fundamental para qualquer empresa, pois é por meio dela que a instituição pode compreender de forma clara e objetiva as forças e fraquezas do meio interno e as oportunidades e ameaças do meio externo, podendo o gestor da análise formular estratégias para conseguir vantagens competitivas e melhor performance organizacional.

Conforme Chiavenato e Sapiro (2003), seu papel é conciliar as ameaças externas e as oportunidades com seus pontos fracos e fortes da empresa. O estudo e análise das estratégias realizadas baseado na matriz SWOT são uns dos procedimentos mais utilizados na gestão estratégica competitiva. Refere-se a ligar as oportunidades e ameaças presentes no ambiente externo com as forças e fraquezas encontradas no meio interno da empresa. A instituição tem esses quatro elementos como indicadores da sua situação como pode ser observado na figura abaixo.

		Análise Externa	
		Ameaças	Oportunidades
Análise Interna: Pontos Fracos	Desativação: área de risco acentuado	Melhoria: área de aproveitamento potencial	
Pontos Fortes	Enfretamento: área de risco enfrentável	Aproveitamento: área de domínio da empresa	

Figura 1: Análise SWOT Fonte: CHIAVENATO (2004)

Sendo assim, essa ferramenta utiliza o cruzamento dos dados externos e internos, mostrando onde precisa ser melhorado através dos pontos fracos e como melhorar por meio das oportunidades, assim como reforçar os pontos fortes para que a empresa mantenha se em vantagem diante seus concorrentes.

De acordo com Kotler (2000), é necessário que cada instituição avalie regularmente seus pontos fortes e fracos internos. Analise as habilidades de marketing e organizacionais, as finanças e manufatura, e dívida cada fator em força, enorme força, atributos neutros, fraqueza ou enorme fraqueza.

O estudo sobre o âmbito interno permite a empresa conhecer melhor suas vantagens e desvantagens diante ao segmento de mercado através de diversos dados. Segundo Chiavenato e Sapiro (2003), os critérios de avaliação do ambiente interno são: recursos financeiros, liderança e imagem de mercado, condições competitivas, condições essas que dificultarão a entrada de novos concorrentes, tecnologia, vantagens de custo, publicidade, capacidades e inovação de produtos.



A análise do ambiente interno é essencial, pois a empresa pode verificar seus pontos fortes e fracos através da análise, para que possa utilizar seus pontos fortes para elevar a participação no mercado, e desenhar estratégias para reduzir ou mesmo eliminar seus pontos fracos para alcançar uma vantagem competitiva. Já o ambiente externo de acordo com Cobra (2003) refere-se a avaliação dos fatores macro ambientais: demográficas, econômicas, tecnológicas, políticas, legais, sociais e culturais. E as forças micro ambientais: consumidores, concorrentes, canais de distribuição, fornecedores. Buscando a identificação de dois elementos: oportunidades e ameaças.

Este âmbito necessita de uma atenção maior, pois ele tem atingido de modo direto os elementos internos da empresa. Isso é muito importante porque os gerentes podem identificar oportunidades e ameaças por meio de análise e criar estratégias para aproveitar as oportunidades e diminuir ou vencer as ameaças da organização.

Independentemente dos pontos fortes e fracos, existem oportunidades e ameaças fora da empresa. Esses elementos geralmente ocorrem em ambientes competitivos, de consumo, econômicos, políticos/legais, tecnológicos e/ou socioculturais (FERRELL e HARTLINE, 2009).

Como visto, a análise de SWOT é uma ampla ferramenta de gestão na área empresarial, utilizada para estudar o ambiente interno e externo da empresa, identificando e analisando os pontos fortes e fracos da organização, bem como as oportunidades e ameaças enfrentadas. Embora seja um método considerado simples, ele fornece informações muito profícuas no procedimento de desenvolvimento de estratégias de negócios, e se mostra eficiente no reconhecimento de fatores que possam vir a afetar as funções organizacionais. Assim como o marketing de relacionamento que visa o ambiente externo, tendo seu foco no cliente e a sua relação com a instituição.

## 8.2. MARKETING DE RELACIONAMENTO

Nos últimos anos, o marketing de relacionamento apareceu como um instrumento de marketing que acompanha os feitos da empresa com o objetivo de proporcionar uma relação perdurável com o cliente. De acordo com Madruga (2004, p. 20), “marketing de relacionamento se refere a toda atividade de marketing direcionada a estabelecer, desenvolver e manter trocas relacionadas de sucesso”.



Esse método trata-se da criação de uma relação contínua, que tem como intuito obter uma proximidade com o cliente e uma visão otimista do mesmo quanto à empresa, assim alcançando uma maior satisfação dos seus consumidores.

Deste modo, o foco do marketing de relacionamento está na clientela já conquistada e sendo guiada por uma perspectiva mais relacional do marketing, deixando o marketing tradicional e sua visão de transação de lado (BARRETO, 2007).

O marketing tradicional essa relação entre o cliente e a empresa é de uma simples transação, já no marketing de relacionamento o contato com o cliente tem um grau de importância maior, manter e satisfazer a clientela é o seu principal objetivo.

Segundo Zenone (2007) o marketing de relacionamento é desenvolvido através do levantamento de dados junto ao consumidor para então transformar essa junção em valor agregado. Nesse sentido, é possível compreender que o conceito dessa ferramenta está relacionado à criação de valor para o cliente, entendendo quais são as suas necessidades e anseios, e usando essas informações para traçar estratégias que atinjam a fidelização dos mesmos.

Portanto, a execução do marketing de relacionamento pode ser vista como um método de conhecimento das necessidades dos clientes, gerando valorização e uma vantagem diante a concorrência. (BARRETO; CRESCITELLI, 2013).

O marketing de relacionamento analisa as indispensabilidades dos consumidores, ou seja, o que ele não pode ficar sem, com o objetivo de fazer com que o produto se torne o mais adequado, gerando no cliente a preferência de tal produto, como também da própria marca.

Para Cobra (2009) a finalidade do marketing de relacionamento é a atração, conquista e retenção dos clientes, empenhando-se em estabelecer relações perduráveis e satisfatórias, através dos métodos disponibilizados. Portanto, o método de marketing de relacionamento pode gerar benefícios não apenas para a empresa e os clientes, como também para todos os envolvidos no desenvolvimento do sistema de mercado. Esse procedimento quando bem executado gera diversos benefícios favoráveis para as empresas tanto na parte financeira como na parte de divulgação, pois o bom relacionamento com o cliente acaba por induzir o mesmo a indicar o produto para outros consumidores.

De acordo com Urdan e Urdan (2013), a dedicação em manter relacionamentos com os clientes traz benefícios respectivos. Para a organização, a aplicação do marketing



de relacionamento pode auxiliar na melhoria da imagem da empresa, redução de custos, gerando melhores retornos e reduzindo a sensibilidade dos consumidores à negociação. O uso dessa ferramenta é de extrema importância para as empresas, pois como visto ela proporciona diversos benefícios que irão garantir um espaço no segmento de mercado, possibilitando até mesmo a consolidação da marca. Madruga (2010) ressalta:

O marketing de relacionamento trata especificamente de atrair, aprimorar e fortalecer o relacionamento com clientes finais, intermediários, fornecedores, parceiros e entidades governamentais e não governamentais por meio de uma visão de longo prazo de benefício mútuo.

Sendo assim, para alcançar esses objetivos é preciso usar os métodos disponibilizados pelo marketing de relacionamento que acabaram sofrendo alterações devido à nova realidade criada pelas novas tecnologias. As instituições procuram utilizá-las como um diferencial diante ao segmento de mercado.

Esses procedimentos estão relacionados ao atendimento, pois a forma como o cliente é atendido influencia muito na sua fidelização. Saber apresentar os produtos e aproveitar as oportunidades de até mesmo alterar a necessidade do cliente para que o mesmo adquira os produtos ofertados.

A qualidade do produto também influi nesse relacionamento, pois o atendimento pode ser ótimo, mas a relação pode terminar assim que o consumidor experimenta ou adquire o produto. Produtos de má qualidade podem causar grandes prejuízos para os negócios.

Assim como o preço, ofertar os produtos de qualidade com valor justo atrai e conquista a clientela. Isso não quer dizer que é preciso vender com preços abaixo do recomendado, mas mostrar ao cliente o porquê desse valor, os benefícios e a qualidade do produto. E o uso das mídias sociais como um agente para manter o contato online com os consumidores como o e-mail, site, redes sociais, dentre outros. Atualmente há um crescimento do uso das redes sociais e essa é uma excelente porta para criar relacionamentos, fazer com que os clientes se sintam parte da empresa gerando neles a sensação de valorização, assim como o uso para incentivá-los a consumir os produtos oferecidos, gerando a necessidade e o desejo.

## **9. ANÁLISE DE DADOS**

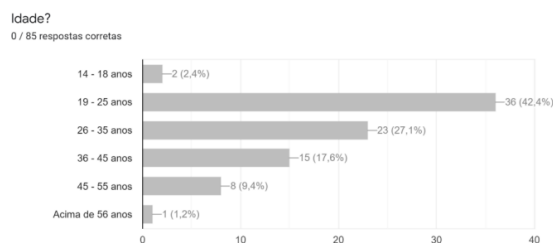
A empresa estudada é caracterizada pela sua trajetória e crescimento rápido no segmento de mercado. Seu principal objetivo é transmitir afeto, proporcionar experiências positivas em produtos e serviços, além de trazer inovações para o setor no qual está inserida. Uma marca que foi desenvolvida na residência do fundador através da necessidade de quitar uma dívida de 500 dólares, e que hoje fatura cerca de 2,4 bilhões de reais tanto em vendas diretas quanto nas realizadas pelas franquias.

A instituição desenvolveu um plano de expansão sustentado por meio de franquias, que entre os anos de 2004 à 2009 teve uma média de 25 lojas inauguradas por mês. Atualmente encontra-se distribuída por todo país, em 340 cidades, 26 estados e possui mais de 2300 lojas. A empresa é considerada a maior rede de franquias de chocolates finos do mundo desde 2008 e ainda conta com uma fábrica de 17 mil metros quadrado na cidade de Itapevi interior do estado de São Paulo.

Em relação às franquias, a lucratividade pode chegar a 150% segundo as informações do franqueador, e ela tem uma participação de mercado de 55% a 60% das lojas que vendem chocolates finos no Brasil. Os franqueados têm um retorno sobre o investimento em torno de 70% e podem recuperar o investimento em 12 a 18 meses. Além de receber suporte profissional em variadas áreas para manter-se no mercado (CACAU SHOW, 2020).

O foco do estudo está na franquia localizada no centro da cidade de Itamaraju BA. É caracterizada como uma loja convencional dentre as opções ofertadas pelo franqueador. Contando com dois funcionários, e têm em média mensal 820 clientes. Foi aplicado um questionário com o intuito de analisar a satisfação da clientela dessa empresa, onde foram selecionados dados como faixa etária, sexo, atendimento, preço, recomendação.

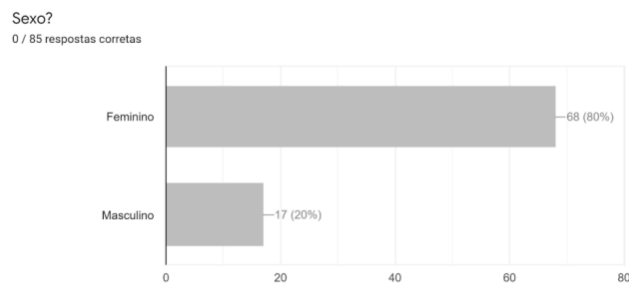
Grafico 1- Idade



Fonte: Dados da pesquisa 2020.

O gráfico 1 ilustra as informações fornecidas pela pesquisa de campo no que se refere a idade dos clientes que compraram durante o período de análise. É notório que as pessoas entrevistadas foram um grupo de consumidores mais jovens, uma vez que, ao juntar as três primeiras faixas etárias consideradas entre 19 à 45 anos, soma-se 87,1% do total. O público-alvo dessa empresa varia muito, ela atende a todas as idades, mas o percentual jovem prevalece. Pois esses geralmente são os maiores consumidores de doces.

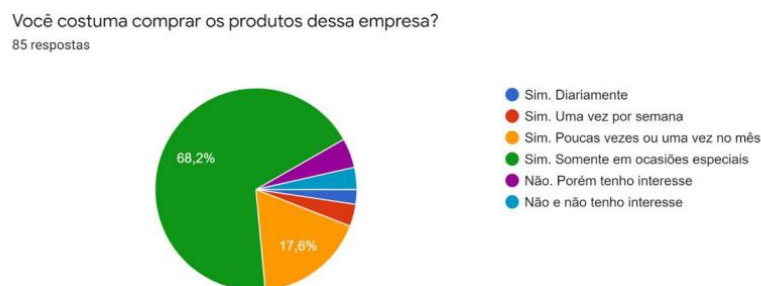
Gráfico 2- Gênero sexual



Fonte: Dados da pesquisa 2020.

De acordo o gráfico 2, o gênero feminino prevaleceu diante ao masculino. Segundo a Abicab (2014) o percentual de pessoas que consome chocolate no Brasil é de 75%, sendo que o sexo com 56% é o feminino. O chocolate tem o poder de conforto e prazer maior sobre as mulheres, ele traz a sensação de felicidade ao saborear um simples pedaço.

Gráfico 3 – Frequência de compra dos produtos

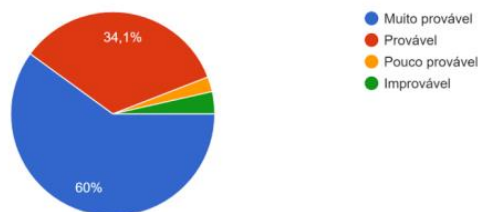


Fonte: Dados da pesquisa 2020.

O gráfico 3 nos traz informações muito pertinentes, mostrando um problema a ser solucionado, pois a maioria dos consumidores adquirem esses produtos somente em datas comemorativas como páscoa, dia dos namorados, aniversários, dentre outros. As vendas sazonais de fato elevam as vendas deste tipo de produto, porém é importante que a empresa tenha maior atenção às estratégias de relacionamento para atrair os clientes com maior frequência para a franquia de Itamaraju-BA. Pode-se verificar a importância do relacionamento ao ler a afirmativa de Madruga (2010) quando declara que “O marketing de relacionamento trata especificamente de atrair, aprimorar e fortalecer o relacionamento com clientes finais [...]”

Gráfico 4 - Probabilidade de indicação e recompra dos produtos

Com base na sua experiência com a empresa, qual a probabilidade de você comprar os produtos / serviços novamente e indicá-los para um amigo?  
85 respostas

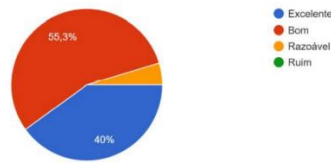


Fonte: Dados da pesquisa 2020.

Fidelizar clientes é um dos principais objetivos de uma empresa, além de conquistar novos consumidores. O produto que tem boa aceitação possibilita alcançar esses objetivos, como visto no gráfico 4 os produtos dessa empresa são bem aceitos, pois a maioria dos entrevistados compraria e indicaria os mesmos para um amigo. Para Kotler e Armstrong (2007) produto é “algo que pode ser oferecido a um mercado para apreciação, aquisição, uso ou consumo e para satisfazer um desejo ou uma necessidade”. Assim pode-se perceber a importância de se oferecer ao público-alvo um produto que de fato atenda aos seus desejos, necessidades e expectativas.

Gráfico 5 – Qualidade de atendimento

De modo geral, como você avalia a qualidade do atendimento ao cliente realizado pela empresa?  
85 respostas



Fonte: Dados da pesquisa 2020.

No gráfico 5, temos um ponto positivo onde a loja apresenta uma boa interação direta com os clientes. O atendimento tem grande influência na conquista de consumidores, ser prestativo e valorizar o cliente são pequenas atitudes que os cativam. A qualidade no atendimento quando praticada agrega valor no momento da oferta do produto, e ainda no pós-atendimento, um dos fundamentos do marketing para Las Casas (2009, p. 15) está relacionada a trocas que são direcionadas para a criação de valor para o cliente. Para Kotler (2003) o valor deve ser criado pela empresa em prol dos seus objetivos e deve ser entregue e percebido pelo consumidor, quando este fundamento é alcançado a ideia de qualidade estará agregada à esta relação o público-alvo estará satisfeito.

Gráfico 6 – Motivação da compra

Qual dos motivos abaixo te faz escolher comprar nesta empresa?  
85 respostas



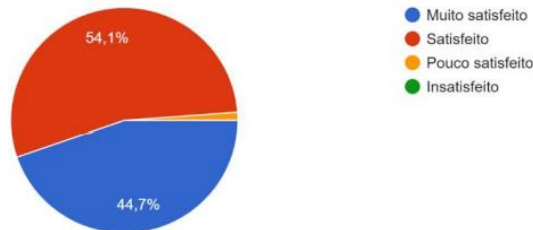
Fonte: Dados da pesquisa 2020.

Para Araújo e Silva (2005, p. 1) “o consumidor desenvolve um sentimento de satisfação ou não satisfação em relação ao produto/serviço, o que inclui atendimento, qualidade, variedade, preço, prazos entre outros atributos”.

A motivação para consumir produtos como o ofertado por esta empresa são principalmente a qualidade e preço. Vemos através do gráfico 6 que os clientes dessa empresa presam ainda mais pela qualidade do produto.

Gráfico 7 – Localização

Qual seu grau de satisfação com a localização da franquia em Itamaraju-BA?  
85 respostas

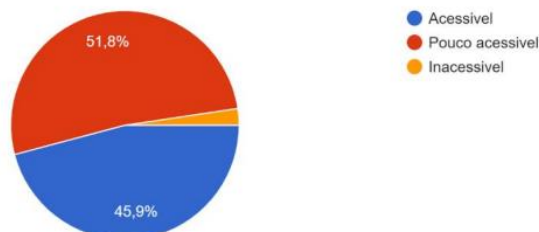


Fonte: Dados da pesquisa 2020.

A localiza o também   um ponto chave,   fundamental que a empresa esteja inserida em um ambiente estratégico mais próximo dos seus consumidores que possibilite a redu o de custos e aumento dos lucros. A empresa em questão tem uma boa localiza o segundo o gráfico 7.

Gráfico 8 - Preço

Como você julga o preço dos produtos da franquia de Itamaraju-BA ?  
85 respostas



Fonte: Dados da pesquisa 2020.

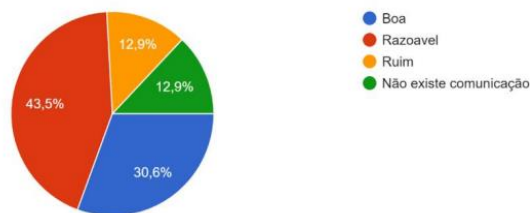
A organiza o em questão tem uma estratégia voltada para o custo/benefício, prezando pela qualidade dos produtos mais alta com um preço menor a dos concorrentes. Apesar disso, para muitos a empresa ainda tem um valor um pouco elevado, como podemos ver no gráfico 8. Porém como se trata de uma franquia com preços tabelados



conforme contrato com franqueador, o que a empresa de Itamaraju-BA pode desenvolver é uma pesquisa de mercado mais direcionada para o seu público-alvo, aqueles que de fato estão “dispostos e habilitados a pagar pelo produto” (KOTLER, 2003), desse modo a estratégia de manutenção de preço da franquia será mais aceitável.

Gráfico 9 – Comunicação através das redes sociais

Como você julga essa comunicação da franquia Itamaraju-BA através das redes sociais?  
85 respostas

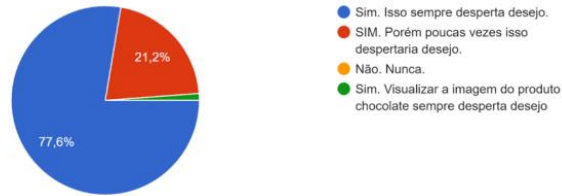


Fonte: Dados da pesquisa 2020.

Atualmente as redes sociais se tornaram uma poderosa ferramenta de marketing, ela permite que a empresa tenha uma comunicação direta com o cliente, assim como desperta no cliente o desejo de adquirir os seus produtos. Conforme o gráfico 9, alguns clientes nem sabem que a franquia tem redes sociais, esse pequeno porcentual pode ser um problema a ser solucionado. Pode-se verificar um problema de grande risco no que tange esse questionamento, visto que diante dos resultados obtidos a franquia de Itamaraju-BA não tem boa comunicação. Para Kotler (2003) toda a estratégia para atrair e manter cliente não será válida se não existir comunicação. Desse modo a maneira de comunicar e propagar informação sobre produtos e serviços de uma organização deve ser percebida pelo público externo de forma efetiva e positiva.

### Gráfico 10 – Desejo associado à imagem

Você sentiria desejo de comprar/consumir um produto, como chocolates, se visse a imagem deste em redes sociais?  
85 respostas

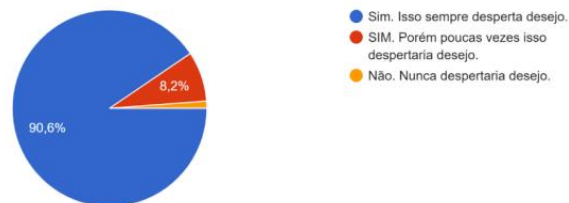


Fonte: Dados da pesquisa 2020.

O uso de imagem adequada é uma ótima estratégia para estimular o público fazendo com que eles parem para ver do a sua publicação se trata, e quando falamos em doce então, isso serve como um estimulante para o cliente, despertando o desejo de consumir o seu produto. O gráfico 10 acaba por confirma essa teoria.

### Gráfico 11 – Amostra e brinde

Você sentiria desejo de comprar/consumir um produto, como chocolates, se provasse o produto ou ganhasse um brinde/amostra deste?  
85 respostas



Fonte: Dados da pesquisa 2020.

Se olhar um produto já estimula o cliente a comprar, consumir uma amostra então aumenta ainda mais as chances dele adquirir seus produtos. As empresas utilizam muito esse método de amostra para testar aceitação dos consumidores a novos produtos ou o brinde como uma forma de fideliza lós. O gráfico 11 mostra como esse método é eficaz, pois 90% dos entrevistados responderam que isso sempre desperta o desejo.

Através desse questionário foi possível identificar alguns problemas que podem ser solucionados. O primeiro é a frequência de compra dos produtos, por se tratar de doces às pessoas acabam por comprar o produto somente em ocasiões especiais, além disso,

esse segmento tem uma concorrência muito ampla, pois um cliente não irá querer presentear uma pessoa com o mesmo produto várias vezes, ele buscará um produto diferente, o que faz com que ele não se fidelize com a empresa.

Observa-se também que 50,49% dos entrevistados acham os preços dos produtos pouco acessíveis, o que pode causar dificuldades na hora de conquista novos clientes. Outro possível problema é a comunicação através das redes sociais, apesar de ter uma boa porcentagem que a ache razoável ou boa, há 25,8% que a acha ruim ou nem sabe que essa franquia usa redes sociais.

Foram destacados aqui alguns problemas observados através da pesquisa de campo, sugestões serão indicadas na matriz FOFA e na conclusão a seguir para a possível resolução dessas falhas decorrentes da falta de gestão de marketing na área comercial da empresa.

## 9.1 ANÁLISE FOFA DA EMPRESA

Pode-se identificar que nas variáveis Oportunidades, Ameaças, Forças e Fraquezas da Matriz SWOT da empresa em estudo e a descrição destas estão relacionadas aos 4PS do marketing, conforme quadro abaixo:

<b>FOFA</b>	<b>Descrição</b>	<b>Intervenção</b>
<b>Oportunidade</b>	Volume de acesso do público externo nas redes sociais. (“P” de comunicação)	Sugestão para desenvolver um plano de ação com foco maior na divulgação da franquia de Itamaraju-BA nas redes sociais, isso pode tornar a empresa mais visível para o público externo. Esta é uma oportunidade para potencializar o marketing de relacionamento com o cliente.
<b>Ameaça</b>	Frequência de compra dos produtos.	Tornar o produto mais visível como supracitado, pode despertar desejos nos consumidores finais, servindo como um possível incentivo a de frequência destes na franquia.
<b>Força</b>	Produto de Qualidade (“P” de produto).  Localização (“P” de praça).	Potencializar cada vez mais a força que a franquia possui, já que é um produto reconhecido no mercado pela qualidade, e ainda por localizar-se em uma “praça” com grande fluxo de pessoas. O ideal é atrair cada vez mais o público-alvo por meio dos potenciais empresariais.
<b>Fraqueza</b>	Preços dos produtos pouco acessíveis (“P” de promoção).	O preço da franquia é padronizado e tabelado, sendo assim o mais viável é direcionar as

	Comunicação (“P” de propaganda).	estratégias de venda para clientes dispostos a consumir e pagar pelo produto.  Agregar valor intangível ao serviço prestado é uma maneira de levar à percepção desse a qualidade que a empresa oferece, assim ele pode cada vez mais está disposto a pagar o preço estabelecido.  Quanto à comunicação a empresa, é preciso que a mesma invista mais na divulgação e interação pelas redes sociais e no marketing de relacionamento. Diante da pesquisa, clientes declararam que visualizar o produto oferecido através da rede social desperta o desejo para o consumo, isso ratifica que a franquia de Itamaraju-BA deve atentar-se a essa questão e usá-la como uma ferramenta para trazer os clientes para a loja.
--	----------------------------------	--

Tabela 2: Análise SWOT da empresa Fonte: Elaborada pela autora baseado nos dados da pesquisa.

A matriz FOFA apresentada pode direcionar a empresa a solucionar problemas simples que anteriormente eram despercebidos, mas que após um plano de ação orientado para a proposta de intervenções/solução irá impactar em resultados positivos para a franquia de Itamaraju-BA.

## 10. CONCLUSÃO

Nessa perspectiva, podemos perceber que esse tema, marketing: um estudo de caso da franchising (franquia) no ramo de doces finos na cidade de Itamaraju-Ba tem grande importância para área em que está inserida, pois o estudo e uso do marketing são fundamentais para qualquer instituição, a utilização de todas as ferramentas envolvidas no contexto reflete tanto na competitividade quanto nas estratégias da empresa.

Como visto, apesar de a empresa geral em questão ser bem estruturada e oferecer assistência para suas franquias tanto na questão do marketing quanto na capacitação de funcionários, a franquia analisada ainda sofre algumas dificuldades, como pode ser observado nos gráficos e na matriz SWOT da empresa. Um dos seus principais problemas é o desenvolvimento de um relacionamento com seus clientes a longo prazo.

Mesmo que a organização já faça uso de alguns métodos apresentados no referencial teórico como o composto de marketing, o marketing estratégico, a matriz SWOT e o marketing de relacionamento, que têm grande influência para o desempenho



efetivo da empresa, possibilitam diversos benefícios para as organizações, como atrair e criar um relacionamento com os clientes. A franquia estudada ainda sofre com alguns problemas no marketing, já que esses procedimentos são elaborados de forma padrão.

Um método muito eficiente que vem ganhando forças atualmente, são as redes sociais. Em um tempo, em que tudo é feito pelo celular, as empresas precisam atualizar e embarcar nesse meio, usando fotos, hastags, challanges, caixinhas perguntas, para interagir e atrair os clientes. As fotos servem para gerar desejo e necessidade no consumidor, já as outras servem como um meio direto de comunicação com este. Além disso, existem métodos mais tradicionais, como brindes e amostras, cartões fidelidade, que proporcionarão a empresa a solucionar esse problema.

Dentre os objetivos propostos foi possível concluir que a atração e desenvolvimento de uma relação com os consumidores influenciam para o bom desempenho da empresa, visto que, isso gera fidelização, aumenta sua competitividade diante dos concorrentes como também seus lucros.

Também foi possível identificar através da pesquisa aplicada o mix de marketing da empresa no qual foram observados que para os entrevistados os produtos que empresa oferece são de qualidade já que 90,6% escolhe comprar nessa organização pela qualidade do produto, o preço que acabam por ser compatível com os produtos devido a sua qualidade, a praça que é de boa localização visto que, encontra-se sediada no centro da cidade, porém foram encontradas falhas no setor de promoção envolvendo publicidade e fidelização de clientes.

Mesmo sendo uma instituição com um público amplo, pode se observar pela entrevista que empresa atrai uma geração mais jovem e com maior percentual feminino. Também foi visto certa resistência ao valor dos produtos quando perguntamos sobre a acessibilidade do preço, como também uma falha no uso das redes sociais, já que alguns dos entrevistados nem sabiam da existência de mídias sociais da empresa.

Verificou-se na análise SWOT feita através dos dados da pesquisa que a organização precisa estar atenta à oportunidade de usar as redes sociais como estratégia de marketing na busca por atrair seu público-alvo, já que a sua fraqueza está na comunicação e na acessibilidade do preço. Quanto ao preço por ser padronizado, a empresa precisa direcionar suas estratégias para os consumidores que tenham disposição para pagar pelos produtos e que valorizem seus pontos fortes que são a qualidade dos



produtos e sua localização. E ainda buscar minimizar ou eliminar a ameaça da frequência de vendas.

Portanto para intervenção o presente estudo sugere-se para a organização algumas formas para contribuir com o seu desenvolvimento, é preciso investir em marketing, utilizar as ferramentas digitais ao seu favor, corrigir as falhas no setor de publicidade, fazendo uso das redes sociais, já que estas não trazem custo para empresa e dá uma visibilidade maior a mesma, reduzindo gastos excessivos com canais de divulgação que não influenciam e não chamam tanto atenção de seu público-alvo. Como também gerar uma relação direta com os clientes através dessas mídias, sempre buscando a valorização do cliente e da empresa, postando enquetes como “O que você prefere? Esse ou esse produto?”. Que além de gerar uma relação ainda ajuda a descobrir as preferências dos consumidores dando a empresa armas para investir ainda mais no marketing dos mesmos.

Assim como a disponibilização de brindes e cartões fidelidade, que incentivam o cliente a continuar comprando na sua loja. As amostras também são um bom método para conquistar novos clientes e ainda testar a aceitabilidade de novos produtos. A organização deve buscar sempre atualizar seus métodos para poder atrair e fidelizar seus clientes e ainda criar uma vantagem competitiva diante seus concorrentes.

## REFERÊNCIAS

AMÂNCIO, Milena Ferrari da Cruz. Marketing Digital e as novas ferramentas para atrair o consumidor do Séc. XXI.2009. 44 f. TCC (Graduação) - Curso de Administração, Faculdade Cenecista de Capivari - Facecap, Capivari, 2009. Disponível em: . Acesso em: 12 nov. 2020.

AMBROSIO, V.; SIQUEIRA, R. Plano de Marketing: passo a passo: serviços. Rio de Janeiro: Reichmann & Affonso Editores, 2002.

ANDERSON, Chris. A Cauda Longa ( Long Tail): do marketing de massa para os nichos. Rio de Janeiro: Elseiver, 2009.

ARAÚJO, Geraldino Carneiro de; SILVA, Roberto Pereira da. Reflexões sobre o Pensamento de Marketing voltado para a Satisfação dos Clientes. Revista Estação, ano 3, edição nº 3, junho de 2005, UEL.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE NORMAS TÉCNICAS. NBR 10520: informação e documentação: citações em documentos: apresentação. Rio de Janeiro, 2002. p.7.

\_\_\_\_\_. NBR 6023: informação e documentação: referências: elaboração. Rio de Janeiro, 2002.p.27.



\_\_\_\_\_. NBR 6024: Informação e documentação - Numeração progressiva das seções de um documento escrito - Apresentação. Rio de Janeiro, 2003.p.3.

\_\_\_\_\_. NBR 15287: Informação e documentação: Projeto de pesquisaapresentação. Rio de Janeiro, 2005.p.10.

\_\_\_\_\_. NBR 14724: Informação e documentação: trabalhos acadêmicos: apresentação. Rio de Janeiro, 2011.p.15.

BARRETO, Iná; CRESCITELLI, Edson. Marketing de relacionamento: como implantar e avaliar os resultados. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2013.

BARROSO, Luiz Felizardo. Colaboradores: Carlos Vieira de Mello; Flávio Franceschetti e Luiz Antonio Guerra da Silva. Conveniência & Franchising, o canal do varejo contemporâneo franquia de postos de serviços. Editora Lumen Juris. Rio de Janeiro, 2005.

BASTA, Darci; MARCHESINI, Fenando Roberto de Andrade; OLIVEIRA, José Antônio Ferreira de; SÁ, Luís Carlos de. Fundamentos do de Marketing. 7. ed. Rio de Janeiro: Fgv, 2006. 148 p.

CAMPOS, Raiza Silva. Marketing Digital: Uma Análise do Caso Privilège. 2013. 108 f. TCC (Graduação) - Curso de Comunicação Social, Universidade Federal de Juiz de Fora, Juiz de Fora, 2013. Acesso em: 20 out. 2020.

COBRA, Marcos. Administração de Marketing no BRASIL. São Paulo: Cobra Editora e Marketing, 2003. 408 p.

COBRA, Marcos. Administração de marketing no Brasil. 3 ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2009.

COSTA, César Renato Ferreira; VIEIRA, Francisco Giovanni David. Marketing no Brasil: Pensamento e ação sob uma perspectiva Histografica. 2007. Acesso em: 23 de setembro. 2020.

CHIAVENATO, Idalberto; SAPIRO, Arão. Planejamento Estratégico: fundamentos e aplicações. 1. ed. 13° tiragem. Rio de Janeiro: Elsevier, 2003.

DEITEL, H. M.; DEITEL, P.J.; STEINBUHLER, K. E-business e E-commerce para Administradores. São Paulo: Pearson Education, 2004. 456 p.

DIAS, Reinaldo. Sociologia das organizações. Atlas, 01/2008.

FERRARI, Pollyana (org.). Hipertexto, hiperídia: as novas ferramentas de comunicação digital. São Paulo: Contexto, 2007.

FERRELL, O. C.; HERTLINE, Michael D. Estratégia de Marketing. Tradução All Tasks e Marlene Cohen. 4. ed. São Paulo: Cengage Learning, 2009.



- FRANQUIA. Cacau Show. [s.l.;s.d] Disponível em:<  
<http://negocios.cacaushow.com.br/franquia/>>. Acesso em: 01 de novembro de 2020.
- GIL, Carlos Antonio. Como elaborar Projetos de pesquisa. 4 ed. São Paulo: Atlas, 2002. 175 p.
- GRONROOS, Christian. Marketing: gerenciamento e serviços. 2. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2003.
- IBGE, Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. Cidades. 2015. Acesso em: 17 nov. 2020.
- HONORATO, Gilson. Conhecendo o Marketing. Barueri, SP: Manoli, 2004.
- KOTLER, P. Administração de Marketing: análise, planejamento, implementação e controle. 5 ed. São Paulo: Atlas, 1998.
- KOTLER, Philip. Administração de Marketing. 10. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2000.
- KOTLER, Philip; ARMSTRONG, Gray. Princípios de marketing. 7. ed. Rio de Janeiro: LTC, 1999.
- KOTLER, P.; ARMSTRONG, G. Princípios de Marketing. 12 ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2007.
- KOTLER, P. Marketing de A a Z. Rio de Janeiro: Campus, 2003. 251 p.
- KOTLER, P; KELLER, K. L. Administração de marketing. 12. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2006.
- KOTLER, P. Administração de marketing: Análise, planejamento, implementação e controle. 5 ed. São Paulo: Atlas, 2011. 728 p.
- LAS CASAS, Alexandre Luzzi. Marketing. 8. ed. São Paulo: Atlas, 2009. 385 p. L
- AS CASAS, A. L. Marketing: conceitos, exercícios, casos. 7 ed. 2. reimpr. São Paulo: Atlas, 2006.
- MADRUGA, Roberto. Guia de implementação de marketing de relacionamento e CRM. São Paulo: Atlas, 2004.
- MADRUGA, R. Guia de implementação de marketing de relacionamento e CRM. 2ª edição. São Paulo: Atlas, 2010.
- OTONI, Ana Clara. Brasileiros gastam 650 horas por mês em redes sociais. 2015. Acesso em: 12 out. 2020.
- PINHEIRO, Duda e GULLO, José. Fundamentos de Marketing. São Paulo: Atlas, 2011. 367 p.





- PORTER, Michael. Estratégia competitiva: técnicas para análise das indústrias e da concorrência. 7. ed. Rio de Janeiro: Campus, 1991.
- RECUERO, Raquel. Redes Sociais na Internet. 1 ed. Porto Alegre: Sulina. 2009. 191 p.
- RIBEIRO, Adir; GALHARDO, Maurício; MARCHI, Leonardo; IMPERATORE, Luis Gustavo. Gestão estratégica do Franchising como construir redes de franquias de sucesso Editora DVS editora. São Paulo, 2011.
- RODRIGUES, Jorge Nascimento; et al. 50 Gurus Para o Século XXI. 1. ed. Lisboa: Centro Atlântico.PT, 2005.
- STEFFEN, Renata Aline. A INFLUÊNCIA DO MIX DE MARKETING E DOS FATORES COMPORTAMENTAIS NAS DECISÕES DO CONSUMIDOR: O Caso SAYURI Produtos Orientais. 2009. 104 f. TCC (Graduação) - Curso de Administração, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2009. Acesso em: 20 out. 2020.
- SCHUL TZ, Don E.; TANNENBAUM, Stanley 1.; LAUTERBORN, Robert F. O novo paradigma do marketing: como obter resultados mensuráveis através do uso do database e das comunicações integradas do marketing. São Paulo: Makron Books, 1994.
- SCHUL TZ, Don E.; TANNENBAUM, Stanley 1.; LAUTERBORN, Robert F. O novo VERONESI, Luiza Belloni. OS quatro "P's" para abrir uma franquia com sucesso. Publicado em: 26 abr. 2013. Disponível em:< 59 <https://www.infomoney.com.br/minhas-financas/os-quatros-ps-para-abrir-umafranquia-com-sucesso/>>. Acesso em: 12 nov. 2020.
- SPAREMBERGER, Ariosto; ZAMBERLAN, Luciano. Marketing Estratégico. Ijuí: Editora Unijuí, 2008. SEBRAE. Gestão de Marketing e Vendas. Paraná, 2015. Acesso em: 10 de outubro de 2020.
- STOCKER, Luis Henrique. Análise de franqueabilidade: planejamento estratégico indispensável. Publicado em: 14 abr. 2014. Disponível em < <https://www.portaldofranchising.com.br/artigos-sobre-franchising/analise-defranqueabilidade-planejamento-estrategico-indispensavel/>>. Acesso em: 12 de novembro 2020.
- TOMAZELE, Danilo Augusto de Mattos et al. FRANCHISING: UM ESTUDO DE CASO NA CACAU SHOW LINS. 2012. 97 f. Monografia (Especialização) - Curso de Administração, Centro Universitário Católico Salesiano Auxilium, Lins, 2012.
- TORRES, Claudio. A Bíblia do marketing digital: tudo o que você queria saber sobre marketing e publicidade na internet e não tinha a quem perguntar. 1ª Ed. São Paulo: Novatec, 2009.
- TURBAN, Efraim, KING, David. Comércio Eletrônico Estratégia e Gestão. São Paulo: Prentice Hall, 2004.
- URDAN, Flávio T.; URDAN, André T. Gestão do Composto de marketing. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2013.



VERONESI, Luiza Belloni. OS quatro "P's" para abrir uma franquia com sucesso. Publicado em: 26 abr. 2013. Disponível em: <<https://www.infomoney.com.br/minhas-financas/os-quatro-ps-para-abrir-umafranquia-com-sucesso/>>. Acesso em: 28 nov. 2015.

WRIGHT, Peter L. KROLL, Mark. PARNELL, John. Administração estratégica: conceitos. Atlas. São Paulo, 2000.

ZENONE, Luiz Claudio (Organ). Gestão Estratégica de Marketing: Conceitos e técnicas. São Paulo: Atlas, 2011. 352 p. 60.

ZENONE, Luiz Cláudio. CRM: customer relationship management - gestão do relacionamento com o cliente e a competitividade empresarial. São Paulo: Novatec, 2007.

ZENONE, Luiz Cláudio. Marketing: Conceitos, ideias e tendências. São Paulo: Atlas, 2013. 223 p.

### **SUSTENTABILIDADE NA GASTRONOMIA: REDUÇÃO DO CONSUMO DE ALIMENTOS PROCESSADOS**

Maria Madalena OLIVA SOUZA PIRES<sup>43</sup>  
Fernanda SPAGNOL PAGANOTO<sup>44</sup>  
Selma CUNHA DOS SANTOS<sup>45</sup>  
Thayse FRANÇA TOSTO<sup>46</sup>  
Nathália DOS SANTOS LIMA<sup>47</sup>  
Gustavo SOUZA DE MELO<sup>48</sup>

---

<sup>43</sup> Especialista em Gastronomia e Cozinha Autoral e Didática do Ensino Superior. Docente da FACISA/BA. E-mail: madalena.olivapires@gmail.com.

<sup>44</sup> Mestre em Engenharia e Ciência de Alimentos. Docente da FACISA/BA. E-mail: fernandapaganoto@hotmail.com.

<sup>45</sup> Especialista em Gestão de Projetos. Docente da FACISA/BA. E-mail: selmacunha76@hotmail.com. selmacunha76@hotmail.com.

<sup>46</sup> Doutora em Genética e Biologia Molecular. Docente da FACISA/BA. E-mail: thayse.franca@facisaba.com.

<sup>47</sup> Mestre em Genética e Biologia Molecular. Docente da FACISA/BA. E-mail: nathaliads.limaa@gmail.com.

<sup>48</sup> 6 Mestre em Matemática. Docente da FACISA/BA. E-mail: Gustavo.ead1@gmail.com.



## RESUMO

A presente Investigação aborda a sustentabilidade na gastronomia e a redução do consumo de alimentos processados. O método adotado foi o bibliográfico, a partir do levantamento de artigos científicos da Science Direct e do Google Scholar. Foi apresentado como objetivo o levantamento da situação atual do consumo de alimentos processados, seu impacto na saúde dos consumidores e a busca por estratégias mais sustentáveis para alimentação das pessoas. Objetivou-se ainda saber as relações entre uma gastronomia pautada em alimentos processados e os impactos na saúde, além de buscar alternativas de uma gastronomia que seja sustentável, a partir do consumo consciente de alimentos e da redução de produtos processados. Buscou-se definir o papel do Chefe Gastrônomo e o seu papel ante à contemporaneidade, como agente culturalmente construído e articulador de uma dinâmica que envolve as novas informações bioquímicas dos alimentos, a cadeia produtiva, as matérias-primas e o consumidor.

**Palavras-chave:** Saúde, Gastronomia, Alimentos processados, Sustentabilidade, Chefe Gastrônomo, Alimentação saudável.

## ABSTRACT

This Investigation addresses sustainability in gastronomy and the reduction of consumption of processed foods. The method adopted is bibliographic, from the survey of scientific articles from Science Direct and Google Scholar. The objective is to survey the current situation of consumption of processed foods, their impact on the health of consumers and the search for more sustainable strategies for feeding people. The objective is to know the relationship between a gastronomy based on processed foods and the impacts on health and to seek alternatives for a gastronomy that is sustainable, based on the conscious consumption of food and the reduction of processed products. It seeks to define the role of the Chief Gas-tronomer and his role in the face of contemporaneity, as a culturally constructed agent and articulator of a dynamic that involves new biochemical information on food, the production chain, raw materials and the consumer.

**Keywords:** Health, Gastronomy, Processed food, Sustainability, Chef Gastronom, Healthy eating.

## 1. INTRODUÇÃO

“Alimento bom, limpo e justo para todos”.  
Carlo Petrini

A produção sustentável de alimentos e a conservação da biodiversidade para um alimento bom, limpo e justo contam com a resistência de uma indústria global de

alimentos, que por sua vez, não visa a sustentabilidade. Ante tal realidade, a presente pesquisa tem como tema a “Sustentabilidade na Gastronomia: Redução do Consumo de Alimentos Processados”. O profissional da gastronomia tem um importante papel a desempenhar na discussão e contribuição para uma perspectiva sustentável, capaz de incrementar a agricultura orgânica e familiar e a consequente alimentação segura, nos moldes científicos.

Nesse sentido, este artigo busca compreender se a gastronomia é capaz de contribuir para uma melhoria na qualidade dos alimentos consumidos, impactando positivamente no estilo de vida da população, através do incentivo a dietas naturais e nutritivas, bem como se promove, consequente, uma redução do consumo de produtos processados. A gastronomia pode desempenhar esse papel quando se associa à ciência e quando leva em conta as dimensões culturais e históricas da sua localidade (LEITE et.al., 2020). Dessa forma, os futuros chefes necessitarão de amplo conhecimento bioquímico dos alimentos e de boa cultura nutricional e social, pois assim, cada vez mais a gastronomia terá o perfil de arte e ciência.

O estudo apresenta como objetivo geral demonstrar o potencial da gastronomia para promoção de um consumo consciente de alimentos, reduzindo e diminuindo as demandas por uma dieta ultraprocessada. Tendo ainda, como objetivos específicos, o levantamento da situação atual do consumo de alimentos processados, o impacto na saúde dos consumidores resultante da demanda por tais alimentos e a busca por estratégias mais sustentáveis para alimentação das pessoas.

A investigação se justificou pela necessidade de se ter estratégias de sustentabilidade capazes de subverter o aumento da indústria de alimentos, em escala mundial e de fomentar a gastronomia sustentável, orgânica, artesanal e local. Compreender os motivadores e a dinâmica do consumo global de alimentos ultraprocessados foi essencial, dadas as evidências que ligam esses alimentos a resultados adversos para a saúde.

Alimentos ultraprocessados são geralmente densos em energia, ricos em carboidratos refinados, gorduras saturadas e sal, contendo pouca fibra dietética. Essas características associam-se a várias doenças não transmissíveis que tem sido as principais causas de mortalidade atualmente. Além dos aspectos nutricionais, os alimentos ultraprocessados possuem características específicas, devido aos processos industriais a que são submetidos, implicando em consequências prejudiciais à saúde, através de

contaminantes cada vez mais novos e aditivos alimentares (IARC - FUNDO MUNDIAL DE PESQUISA DO CÂNCER, 2018).

## **2. METODOLOGIA**

A abordagem utilizada no presente trabalho foi qualitativa, sendo desenvolvida por meio de pesquisas bibliográficas, através do levantamento e revisão de artigos, monografias, protocolos e livros. Numa etapa conclusiva, empreendeu-se uma leitura analítica de todo o material, objetivando a ordenação e construção de sumários, considerando-se à relevância dos conteúdos científicos, no que tange sua capacidade de responder aos problemas colocados no presente estudo. Tendo assim as amostras utilizadas para o estudo: documentos, livros, artigos, monografias e teses (TEIXEIRA, 2010).

Assim, a presente pesquisa buscou a explanação das possíveis atuação do profissional de gastronomia em prol de uma alimentação mais saudável, bem como na promoção de uma redução de produtos processados.

## **3. CONTEXTO HISTÓRICO: UMA BREVE HISTÓRIA DA GASTRONOMIA**

No primórdio da humanidade a cozinha tinha que seguir a necessidade elementar da sobrevivência, ou seja, sua diversidade se valia daquilo que a terra imediatamente próxima podia oferecer, como frutas e sementes, além dos animais caçados, que eram a fonte de proteína. Com o domínio do fogo, surgiu a prática de levar o peixe e a carne às chamas, quando o ser humano conheceu o sabor defumado. O sal passou a ser conhecido a partir do hábito de se lavar alimentos na água do mar. O próximo passo foi testar o uso de especiarias nesses alimentos básicos, assim foi emergindo novos tons e sabores e a busca. Nasceu, dessa forma, a culinária, a gastronomia (CASTELS, 2016).

Na antiguidade, no Egito, na Grécia e em Roma, os banquetes se tornaram rotina. O alimento não era mais apenas uma base para a sobrevivência, mas um item ligado tanto ao prazer quanto às emoções. Os primeiros gourmets experimentavam novas combinações de condimentos e formas de cozinhar (CLARK, 2015). Cabe destacar que 90 anos antes de Cristo, Apicus já escrevia livros sobre comida e dava aulas do que se

chamaria de gastronomia, enfim, exercitava os seus alunos à busca de melhores sabores, a partir de combinações de bebidas e comidas, que gerassem novas receitas.

Um dos primeiros chefs franceses, chamado Guillaume Tirel conhecido como Taillevent, foi o pioneiro na elaboração de molhos. Era um gourmet e na Idade Média, cobria animais cozidos com molhos ainda grosseiros, preparados com sucos de carne e miolo de pão. Mas era uma comida tida como requintada e, por conta disso, percorria os reinos da França, sendo aplaudida pela realeza. O sucesso, animou Taillevent a elaborar novos pratos e a escrever um livro de receitas, chamado "Le viander", que foi a referência aos livros de culinária posteriores na França (ROWLEY, 2018).

O primeiro restaurante surgiu no século XVI, período em que as hospedarias não ofereciam comida. A crescente exigência dos usuários fez com que passassem a oferecer alimentos simples, como caldos de sopas, surgindo assim uma outra atividade comercial agregada. O nome do novo empreendimento foi associado à sua função, ou seja, o alimento tinha a função de restaurar os viajantes com alimentação (FOURIER, 2008).

Com a disseminação dos restaurantes, o emprego de cozinheiro também proliferou, quando havia uma vaga era imediatamente preenchida. Um dos grandes chefs franceses foi Antonie Careme (1784-1833), a quem se credita a maior parte das técnicas e receitas francesas, promoveu a confeitaria elaborando decorações arquitetônicas em bolos que enfeitavam os Buffets, além de idealizador da "alta cozinha francesa" (POUBEL, 2013). Esta evolução levou a uma procura crescente de cozinheiros nos restaurantes europeus, e à necessidade de uma estruturação empresarial, assim nasceram os chefs, para organizar as cozinhas, estabelecendo procedimentos e normas de trabalho.

O Renascimento foi um período de grande significado histórico nas áreas artística, científica, política e filosófica. Seus desdobramentos atingiram também a culinária, através de inovações que duram até a contemporaneidade (POLLAN, 2013). A cozinha passou a ser vista como uma arte, pois mantinha um profundo respeito pela estética e cor dos pratos, fazendo da gastronomia um patrimônio da culinária.

Cozinhar deixou de ser o simples preparo dos alimentos para se tornar a arte de manipulá-los e de ofertar ricos pratos, em cores e aromas, capazes de levar os consumidores a estados de êxtase. Na Itália, núcleo do Renascimento, a cozinha é elevada para patamares nunca vistos antes, influenciada em parte pela culinária greco-romana, no uso de frango, porco, peixe, bacalhau e cereais, como cevada, vegetais, cebola, frutas, dentre outras especiarias, o vinho, o açúcar e o vinagre, o período renascentista contribuiu

com a técnica de combinar e preparar, dando como resultado um prato requintado na hora das refeições (CASTELS, 2016).

No Renascimento, os estudiosos da época valorizavam a importância dos cozinheiros e lhes atribuíam um status que até hoje perdura, ao mesmo tempo, cozinhar começou a ser considerado uma profissão (ANDREWS, 2012). Essa emergência como profissionais da cozinha exigiu profundo conhecimento técnico e grande habilidade para realizar os processos de elaboração de cada um dos ingredientes e o que fazer com cada um deles, além disso, foi necessária a habilidade de selecionar os mais adequados para cada preparação e a forma de preservá-los.

A culinária renascentista cresce a nível técnico e estético. A primeira aula de culinária aconteceu em 1895, no Palácio Real de Paris, transformando-se em seguida numa escola formal (GARCÍA, 2020). Rapidamente, tornou-se uma das escolas mais famosas do mundo, sendo a única reconhecida nos Estados Unidos pela reciclagem profissional de seus soldados, a Marinha americana treinou seu pessoal com chefs especializados da escola Cordon Bleu como parte de seu treinamento militar.

#### **4. RELAÇÃO ENTRE ALIMENTOS PROCESSADOS E A GASTRONOMIA**

Lévi-Strauss definiu a culinária como um sistema significativo, no sentido de "uma linguagem em que cada sociedade codifica mensagens permitindo significar pelo menos uma parte do que esta sociedade é" (LÉVI-STRAUSS, 1991). O gosto é um assunto complicado; frequentemente associado ao sentido primário de consumir alimentos.

A gastronomia movimenta-se por uma nova abordagem acadêmica para a alimentação. Esta abordagem tem caráter interdisciplinar no estudo dos alimentos, constituindo-se numa área essencial, ainda que pouco explorada. A interdisciplinaridade nos estudos de alimentos ainda não foi amplamente aceita, embora investigações se mostrem urgentes, especialmente pelo avassalador aumento de produtos processados e ultraprocessados no mercado.

A área gastronômica exige uma compartimentalização do estudo da comida, que envolve a produção, o comércio, a política e as demandas cotidianas. É necessário que se amplie a consciência tanto da produção dos alimentos quanto dos seus conteúdos. A referida área deve se preocupar tanto com critérios agrícolas dos produtos quanto com a qualidade dos alimentos, o que é de importância primária para o setor público, a quem



deve importar não apenas com a instância do preço, mas também com o valor nutricional. Sobretudo, as pessoas mais pobres – que são as mais vulneráveis e sofrem o primeiro impacto de um sistema alimentar injusto.

O modelo capitalista de produção tende a alienar as estruturas sociais, abalando as políticas em saúde e impondo padrões puramente mercantilistas em setores estratégicos, como o da alimentação. A grande indústria alimentícia vem cumprindo fidedignamente as quatro etapas previstas por Marx, no que tange à alienação, ou seja, alienação do produto, alienação do processo, alienação do próximo e alienação da natureza humana (PETRINI, 2015).

A gastronomia tem, portanto, uma abrangência política e ética, uma postura de resistência a um sistema que atropela, inclusive, os relatórios científicos da nutrição. Para boa parte da humanidade, comida é um problema imediato e básico que claramente atravessa e impacta a cultura, comunidade, saúde, economia, meio ambiente, acesso, meios de subsistência e ética (SUMMER, 2013).

O profissional de gastronomia pode contribuir para a melhoria na qualidade dos alimentos consumidos, através de uma transformação cultural profunda das práticas contemporaneamente adotadas. Pode-se interferir positivamente com os consumidores, por exemplo, 1) fornecendo análises nutricionais e alérgicas dos pratos, 2) aumentando o número de opções de alimentos saudáveis, 3) identificando itens do menu associados a alergias e intolerância e 4) treinando a equipe em alimentação saudável e alérgenos. A satisfação do cliente em relação aos aspectos alimentares deve ser avaliada por meio de anamneses (SILVA LA, 2016). É preciso também ser ativo na escolha dos alimentos a se utilizar, acompanhando todo o ciclo, desde a procedência, o seu grau de pureza, aos modos de preparação.

Não se pode negar que um sistema alimentar cada vez mais industrializado é altamente eficaz em termos de produção em grande escala e preços baixos, o que torna difícil substituí-lo, pois, além dos preços atrativos e da conveniência, possuem um longo prazo de validade, segurança microbiológica e, portanto, valor nutricional supostamente adequado (WEAVER et.al., 2014). O consumo de alimentos ultraprocessados parece ser inevitável também graças aos investimentos eficientes de marketing. Dessa forma, cria-se a ilusão de que o tempo economizado pela praticidade oferecida, contribui para o bem-estar do consumidor, porém, o preço real a ser pago pela “comodidade” pode ser alto.





De acordo com Monteiro et al (2019), alimentos ultraprocessados foram definidos como o resultado de uma série de operações de processamento realizadas a fim de obter uma formulação, principalmente de fontes baratas de energia, nutrientes e aditivos selecionados, contendo, assim, o mínimo de alimentos inteiros, além de conter quantidades significativas de açúcar adicionado, sal, gordura saturada e número de aditivos por produto.

Durante as últimas décadas, o consumo de alimentos ultraprocessados em todo o mundo aumentou substancialmente (ECKEL, 2016). De acordo com pesquisas de alimentos que avaliam a ingestão, despesas domésticas ou vendas em supermercados em países europeus, Estados Unidos, Canadá, Nova Zelândia e países da América Latina, os produtos ultraprocessados representam entre 25% e 60% da ingestão calórica diária total (LUITEN, 2016). Essas tendências estão desencadeando outro interesse recente em pesquisadores para investigar as ligações entre alimentos ultraprocessados e resultados de saúde.

Atualmente, não há um sistema de classificação claro ou definição que descreva os níveis de processamento e categorias que reflitam a carga real de nutrientes, o que poderia aumentar a aplicabilidade e na melhoria da saúde pública (BLEIWEISS-SANDE, 2019). O sistema de classificação de alimentos NOVA<sup>7</sup> tem estado entre os mais frequentemente aplicados em pesquisas científicas, no entanto, pode não ser suficiente para identificar com eficiência os alimentos com alta qualidade nutricional comumente consumidos por crianças (BLEIWEISS-SANDE, 2019).

O conteúdo dos alimentos processados inclui substâncias alimentares dificilmente utilizadas na comida caseira, mas também aditivos alimentares destinados a melhorar o paladar e a atratividade do produto. Resultados particularmente interessantes foram apresentados por Rauber e sua equipe (RAUBER et.al., 2018), eles demonstraram o impacto do consumo de alimentos ultraprocessados na qualidade nutricional da dieta, esclarecendo a incidência de doenças crônicas não transmissíveis. Os autores se concentraram em análises de dados transversais da Pesquisa Nacional de Dieta e Nutrição do Reino Unido, ao longo dos anos de 2008–2014.

Investigar o grau de impacto da indústria alimentícia sobre a diversidade cultural e local foi de vital importância, na obtenção de subsídios que conduzam a ações de resistência, ao lado de pequenos produtores agrícolas e de chefes da cozinha artesanais e caseiros. A gastronomia sustentável é uma prática política de enfrentamento, de

preservação cultural, pois visa um ambiente saudável, uma agricultura orgânica, com manejo de resíduos e reciclagem e com relações econômicas e sociais democráticas e implementação de sistemas cooperativos (SOM, NORDI E GHAZALI, 2009).

Existem medidas eficazes para promover a transformação dos sistemas alimentares, num âmbito saudável e de melhores padrões nutricionais. Afinal, a forma como os alimentos são produzidos, comercializados e disponibilizados aos consumidores mudou consideravelmente nos últimos 50 anos. Graças aos muitos avanços realizados, as cadeias de abastecimento de alimentos tornaram-se mais eficientes e essas melhorias impactaram a segurança alimentar. No entanto, tal engrenagem falhou na importância sobre a saúde das populações. Um exemplo é a persistência de casos de desnutrição, que em todas as suas formas se tornou um grande desafio, pois as dietas pouco saudáveis respondem pelas principais causas de morte e invalidez (PEREIRA et.al, 2015).

As doenças crônicas não transmissíveis, em 2010, foram responsáveis por mais de 18 milhões de mortes no mundo; em 2014, a prevalência do excesso de peso representou 2,1 bilhões. No Brasil, o excesso de peso afeta 51% da população. Existem muitas evidências de que os alimentos ultraprocessados (biscoitos recheados, salgadinhos de pacote, refrigerantes e fast food) colaboram para essa epidemia por apresentarem combinações de ingredientes que os tornam altamente palatáveis (açúcar, sal, gordura e aditivos químicos) e que prejudicam os mecanismos de controle do apetite (CAIVANO, 2017).

Dietas mal balanceadas são a causa principal da desnutrição, sendo responsáveis por mais mortes em adultos do que o consumo de álcool e tabaco. O consumo de alimentos ultraprocessados pelo público infantil também é uma realidade preocupante. O Gráfico 01 abaixo demonstra o consumo destes produtos, que são consumidos por crianças de 0 a 24 meses de idade.

Gráfico 01 – Alimentos ultraprocessados consumidos por crianças de 0 a 24 meses



Fonte: Fonte: Barbieri, (2019).

É possível constatar que crianças menores de 6 meses, apresentam um consumo bem baixo, sendo menor que 0,9%. Realidade não esperada, visto que o indicado é que crianças até 6 meses de idade consumam apenas leite materno. Já em crianças entre 6 e 12 meses de idade, fase de vida onde se inicia a ingestão de alimentos na dieta da criança, é observado consumo de alimentos ultraprocessados, alguns de forma bem expressiva, como os cereais matinais tendo 74% de consumo. Triste e preocupante realidade que aumenta ao passar da idade das crianças, como é observado no referido gráfico.

Um dos fatores que contribuem para esta situação são os sistemas alimentares atuais, reféns de uma indústria global, que em muitos casos não promovem dietas saudáveis necessárias para a saúde e bem-estar. Os chefes de cozinha em particular, e a gastronomia, num sentido mais amplo, constituem-se o fiel da balança entre o bom senso, as tradições culturais do gosto e o mercado de processados e ultraprocessados (MOURA, 2010).

As iniciativas atuais da gastronomia para promover uma alimentação saudável, com base essencialmente em uma abordagem cognitiva, visando os benefícios para a saúde e o consumo de alimentos saudáveis, ainda encontram resistência. Portanto, é imprescindível revisar as estratégias atualmente utilizadas para melhorar a qualidade alimentar da população (YACH D, et al., 2015).

Estudos recentes sugeriram o potencial de uma abordagem de prazer alimentar para encorajar escolhas alimentares saudáveis. No entanto, poucos estudos enfocaram o assunto e, pesquisas adicionais sobre o efeito de tal abordagem nas escolhas alimentares



e no comportamento, permanecem essenciais. É necessário que se fomentem duas versões de um instrumento de promoção da alimentação saudável; uma versão, voltada para o prazer de uma alimentação saudável e outra versão tradicional, voltada para os atributos benéficos de alimentos saudáveis (BRUNDTLAND et al, 2016 De Jong).

A ciência da culinária doméstica e de restaurante mudou recentemente, passando de um perfil amador para uma dimensão científica e séria. Vários restaurantes em todo o mundo começaram a adotar uma abordagem mais científica em suas cozinhas (VEGA, & UBBINK, 2008) e, talvez em parte como resultado, vários deles foram aclamados como estando entre os melhores do mundo. Muitos críticos e chefs de culinária, bem como a maioria dos gourmets, concordam que a química está no cerne da melhor comida disponível em alguns dos melhores restaurantes do mundo (PENSE LIVROS, 2012). A aplicação da química e de outras ciências ao restaurante e à culinária doméstica vem impactando positivamente a gastronomia, e talvez seja essa a solução capaz de frear a nociva indústria de alimentos processados.

Enfim, as doenças advindas da má alimentação surgem das desobediências a leis bioquímicas básicas, bem como à fisiologia humana. Se a vida moderna subtraiu o tempo das pessoas e as condicionou a hábitos padronizados, entretanto, não é possível estabelecer hábitos alimentares pragmáticos e antinaturais, sem que, a um só tempo, tais práticas não impliquem em danos profundos para a saúde (CHANG, 2007).

As células do corpo requerem nutrição adequada para seu funcionamento normal, todos os sistemas podem ser afetados quando há problemas nutricionais. A alimentação adequada é um fator fundamental para o vigor e o desempenho de uma pessoa e, para o metabolismo de uma pessoa trabalhar em seu nível ideal, ela deve consumir alimentos que contenham nutrientes essenciais para a vida humana em quantidade e qualidade adequadas. O gastrônomo, a cada dia, deverá ser responsável por ajudar a desenvolver e manter bons hábitos alimentares, a partir do compromisso de desenvolver pratos de acordo às leis nutricionais e a manutenção da saúde (DE JONG, KLOK, & VAN DE VELDE, 2015).

A comida é uma cadeia de eventos que começa no cultivo, passa pela seleção, preparo dos alimentos, até as formas de apresentação e consumo. Uma alimentação saudável é alcançada pela combinação de diversos alimentos de forma equilibrada, que satisfaça as necessidades nutricionais para um crescimento adequado e desenvolva as capacidades físicas e intelectuais (SEARLE, 2019).



A gastronomia, que historicamente nasceu de um exercício de chefes e cozinheiros comuns, durante séculos, teve sempre como objetivo satisfazer o gosto, instituindo níveis de sofisticação, a partir do bom uso de ingredientes. A culinária sempre foi marcador cultural e, é através desse viés, que estratégias turísticas tentam fazer frente à internacionalização da comida e seus *fast-foods*. A variedade de alimentos sempre habitou a gastronomia e, hodiernamente, surge a necessidade de incluir nessa diversidade mais vegetais e frutas, respeitando as estações do ano e as peculiaridades ambientais de cada região (SILVA et.al., 2013).

Avizinha-se uma transformação radical da gastronomia, afinal, muitos dos chamados truques culinários nem sempre levavam em conta uma associação entre paladar e regras de saúde. Vegetais sempre foram elementos primários da cozinha, entretanto, eles caminham para se tornarem pratos principais. O quadro se modificou (FELIX et. al., 2015).

Essas questões estão no cerne da Gastronomia Molecular. O termo Gastronomia Molecular vem ganhando espaço, principalmente porque alguns chefs começaram a rotular seu estilo de cozinhar como Gastronomia Molecular e alegaram estar trazendo o uso de princípios científicos para a cozinha. No entanto, devemos notar que três dos primeiros chefs, escreveram um manifesto protestando contra esse rótulo. Eles afirmam que o que é importante é o alimento preparado usando os melhores ingredientes disponíveis e usando os métodos mais apropriados (SALDANHA, 2020).

O que torna um prato delicioso não é exclusivamente a escolha dos ingredientes ou como foram cultivados, a maneira como a comida foi preparada e apresentada ou o ambiente em que foi servida, estão envolvidos em sua aceitação. Todos os itens desempenharão seus próprios papéis, entretanto, há questões científicas válidas a serem colocadas para elucidar até que ponto cada um deles afeta o resultado. O julgamento da qualidade de um prato é uma questão altamente pessoal, mas, há uma série de condições que devem ser atendidas antes que a comida se torne verdadeiramente agradável (MCGEE, 2014).

## 5. GASTRONOMIA E SUSTENTABILIDADE

O conceito de sustentabilidade visa a relação do desenvolvimento econômico com a adoção de ações sustentáveis que se encontram na utilização de mecanismos de redução do dano ambiental. Esse conceito é composto por três pilares: econômico, social e ambiental, embora o que se veja esteja sendo o inverso da proposta inicial. O assunto possui seus entraves, pois muitas empresas visam como fator prioritário, apenas o lucro, sem se importar com o meio em que vivem.

No campo social, entendem, que apenas gerar emprego e expansão seria o suficiente, esquecendo-se da pessoa humana. No campo ambiental apenas dizem “fazemos o que se pode”, “tudo pelo desenvolvimento”. Desse modo, o conceito de sustentabilidade na visão industrial, encontra-se com baixo crédito, comprometendo significativamente o futuro do nosso planeta.

Pensando em todo esse aspecto da sustentabilidade no planeta que emerge o conceito de gastronomia sustentável. Essa perspectiva da gastronomia nos ensina preparar e consumir refeições sem grande desperdício, além de orientar sobre critérios de compra e venda que possam valorizar economicamente o pequeno produtor local, cujo manejo agrícola se vale de técnicas agrícolas sustentáveis, reduzindo o desperdício de energia no cultivo e obedecendo a sazonalidade dos alimentos (FIOLET et.al., 2018).

A indústria de restaurantes tem efeitos econômicos e ambientais diretos sobre o desperdício de alimentos, bem como um impacto indireto na imagem da gastronomia em geral. Além disso, o ambiente do restaurante é conhecido por sua abundância, embora estudos que explorem a sustentabilidade em restaurantes sejam raros (VIOLA et.al., 2109). Não obstante, dia a dia a padronização dos alimentos, a sua produção serial, vem impactando a culinária local, e criando um gosto universal e refém da praticidade dos alimentos processados.

Os países mais ricos vendem volumes bem maiores de processados, como na Australásia, América do Norte, Europa e América Latina, embora esteja crescendo rapidamente na Ásia, Oriente Médio e África. Essa situação está diretamente ligada tanto à industrialização quanto aos sistemas alimentares, às mudanças tecnológicas e à globalização. A expansão dos mercados, o enriquecimento de empresas transnacionais – inclusive na ordem da influência política -, além da ausência de políticas públicas que protejam o consumidor e o pequeno produtor de alimentos, resume a situação atual (MACHADO et al., 2017).



No combate aos modelos predatórios da indústria global de alimentos, há de se adotar as três dimensões da sustentabilidade ("linha de base tripla", ou "lucro do planeta das pessoas", ou "os três pilares") e algumas variações como economia, patrimônio e ecologia, isto é, a ideia de que para uma empresa ser sustentável precisa ser economicamente viável, ambientalmente confiável e socialmente responsável (MELO, 2019 e AMORIM, JUNQUEIRA e JOKL, 2005).

Conforme foi descrito, o consumo de alimentos ultraprocessados aumentou nas últimas décadas (MOODIE, STUCKLER, MONTEIRO et al, 2017), estando associado a um maior risco de dislipidemia, obesidade, hipertensão e câncer (MENDONÇA RD, 2017). Doenças cardiovasculares (DCV), doenças respiratórias, câncer e diabetes são responsáveis por mais de 80% de todas as mortes prematuras por doenças não transmissíveis em todo o mundo (OMS, 2018).

A alimentação e a gastronomia são cada vez mais reconhecidas como elementos potencialmente determinantes para o desenvolvimento sustentável das comunidades locais. Uma teoria comumente aceita em muitos campos de pesquisa é que aquelas podem contribuir para o equilíbrio econômico, social e ambiental, além de aumentar a atratividade e competitividade do mercado. O tema do presente estudo se vale da análise da gastronomia numa perspectiva da sustentabilidade, a partir da redução do uso de alimentos processados (VIOLA et.al, 2019).

Nos últimos 50 anos originou-se um dualismo entre cozinha tradicional e os métodos de manufatura em massa, resultando numa produção de baixa qualidade, cujo objetivo principal era manter os custos em um nível mínimo, sem atentar para a qualidade, tampouco o compromisso com a saúde do consumidor. Tal modelo trouxe inúmeros prejuízos à sociedade em qualidade de vida como um todo. A industrialização dos alimentos deixou de atender o ciclo natural da produção, tendo como objetivo exclusivo atender à crescente demanda com uso desenfreado de agrotóxicos e fertilizantes (NUNES et al., 2018).

Essa conjuntura influenciou ao longo do tempo a perda do verdadeiro sabor natural dos alimentos. Sendo assim, uma necessária percepção mais atuante dos profissionais gastrônomos, atendendo aos requisitos essenciais a uma gastronomia de berço, vem propondo o resgate das verdadeiras origens alimentares e conseqüentemente seu real sabor e pureza para as novas gerações.



As tendências nas vendas de alimentos processados e ingredientes (adoçantes, gorduras, sódio e aditivos cosméticos) fornecidos por esses alimentos, em todos os países é cada vez mais crescente (HARRIS, 2019). Em segundo lugar, é importante que se estude a mudança dos sistemas alimentares industriais e dos fatores relacionados à política econômica. Afinal, houve uma expansão substancial nos tipos e quantidades de alimentos ultraprocessados vendidos em todo o mundo, representando uma transição para uma dieta global mais artificial e perigosa.

A mudança alimentar mundial em curso, especialmente em países altamente populosos de renda média, levanta sérias preocupações para a saúde pública, incluindo o crescimento do mercado e do poder político das empresas transnacionais de alimentos, além da fragilidade dos governos ante a necessidade de proteger a nutrição dos seus povos nesses novos contextos (BAKER et.al., 2020). O Chef Alain Ducasse<sup>8</sup>, diz que devemos olhar o produto e buscar respeitar seu sabor, sua origem, quem produziu ou extraiu. Sua preparação precisa permitir a quem come apreciar o que a natureza ofertou.

A utilização indiscriminada dos recursos naturais, desde a obtenção das matérias-primas, dos processos de produção e serviços até a disposição final do produto, após o uso, e os consequentes impactos negativos que isso causa ao meio ambiente, tem preocupado parte da sociedade, uma vez que esse modelo afeta diretamente na qualidade e quantidade dos produtos disponíveis (CHANG, 2007).

Conforme Small e Difeliceantonio (2019), as empresas de modo geral devem buscar maneiras de produzir alimento provocando o mínimo de danos possíveis ao meio ambiente, ao mesmo tempo que invistam em sua restauração e enriquecimento.

A industrialização desconstruiu os sabores originais dando abertura para uma alimentação artificial e mecanizada. Diferentemente da gastronomia original, onde o indivíduo se transportava no tempo e viajava nas emoções afetivas de sua memória, reconstruindo reminiscências e sabores, ao provar o sabor original dos alimentos. Segundo Petrini (2018):

O gosto é o conhecimento dos sabores estendido ao patrimônio artístico e intelectual de uma civilização... a demonstração mais óbvia e menos “científica” é uma experiência comum a todos de memória palato-olfativa, a mais persistente em nós, seres humanos: sabores e odores que fazem lembrar períodos esquecidos de nossas vidas. (PETRINI, 2018, p. 23).

As novas gerações, por exemplo, quando desejam experimentar uma coalhada original da roça, vão às prateleiras dos supermercados e consomem o produto





industrializado, adicionado de conservantes e, conseqüentemente, com o seu sabor original alterado. Muito diferente de quem pode lembrar a coalhada comida na infância, feita pela avó, ou a ambrosia, a cocada de cacau, e assim por diante. A industrialização dos alimentos subtraiu deles as representações simbólicas.

A industrialização do chocolate, por exemplo, pode ser considerada uma fábula enganosa, afinal é constituída por inúmeras “mentiras gastronômicas”, tais como açúcares, gorduras hidrogenadas e muito marketing visual. Em contrapartida, o chocolate original tem sido apreciado em várias partes do mundo, de forma artesanal, a exemplo do Salão do Chocolate de Paris, quando pequenos produtores de cacau lutam para transformar esse cenário, valorando tanto o mercado quanto à sustentabilidade.

Tal realidade, gera um caminho inédito para a moderna gastronomia, revitalizando a memória palato-olfativa dos seus respectivos consumidores, agregando sabor, qualidade e valor ao produto. Isso resgata economicamente pequenos produtores de cacau e oferece oportunidade para que se iniciem no ramo empresarial, num ciclo capaz de gerar emprego e renda, conforme apregoa o documento “Nosso Futuro Comum<sup>9</sup>”, que toma, a sustentabilidade como o gesto de favorecer as gerações presentes, sem comprometer a capacidade das gerações futuras (ONU,1987).

A sustentabilidade deve incentivar empresas a estruturar decisões em termos de impacto ambiental, social e humano a longo prazo, e não em lucros de curto prazo. É necessário ampliar a lógica do pragmatismo e entender a sociedade numa dimensão sistêmica e interdependente, passar a entender dividendos como algo que se agrega simbolicamente também, há mais fatores em jogo que simplesmente o lucro ou prejuízo imediato envolvido (DAVIS, 2011, p.18).

Mesmo quando as empresas se comprometem em novas metas, através de protocolos e convenções visando a sustentabilidade, nem sempre operacionalizam tais compromissos, preocupadas, na maioria das vezes, em pôr em risco as margens de lucros e o crescimento no mercado de ações. Raciocinam a curto prazo e acabam colaborando, em termos mais ampliados, com o declínio do sistema de que faz parte.

Portanto, a gastronomia sustentável significa cozinha que leva em consideração a origem dos ingredientes, a forma como a comida é cultivada e como chega ao consumidor final. Nos últimos anos, muitos chefs e redatores de destaque se preocuparam com os impactos ambientais dos alimentos nos pratos. A agricultura é uma das principais causas do desmatamento, perda de espécies e habitats, poluição da água e emissões de gases de



efeito estufa. No entanto, é necessário lembrar que o cultivo de mais alimentos também é essencial para alimentar um mundo com 7 bilhões de pessoas (POSPISCHEK, SPINELLI e MATIAS, 2014).

A gastronomia sustentável apresenta ingredientes que são eficientes, inovadores e tecnológicos: os tipos de ingredientes que podem ser escalados para alimentar uma crescente população global que estará se alimentando mais alto na cadeia alimentar, enquanto bilhões de pessoas fazem a transição da pobreza de subsistência para os padrões de vida modernos (RUBIM, 2013).

Para Nunes (2018), o desenvolvimento de substitutos para alimentos prejudiciais ao meio ambiente é essencial para que se conserve a vida selvagem e ambiental. As comunidades empobrecidas ainda dependem da caça de alimentos, os animais selvagens ainda são frequentemente caçados e correm risco de extinção. O gado domesticado substituiu os animais selvagens como fonte de proteína na maior parte do mundo (GALVÃO, 2006).

Os peixes de criação estão aliviando a pressão sobre a pesca selvagem em muitos lugares. A substituição entre fontes domésticas de proteína também pode trazer grandes benefícios ambientais - a mudança de comer carne para frango, por exemplo, pode reduzir as emissões de gases de efeito estufa mais do que quase qualquer outra opção alimentar (AMORIM, JUNQUEIR e JOKL, 2005).

Atualmente, os empresários continuam a desenvolver substitutos ambientalmente benéficos, e esses esforços são importantes. Sistemas avançados de aquicultura, como a criação de camarões e esturjões em tanques e lagoas ou kampachi, em cercados oceânicos, diminuem a pressão dos estoques de peixes selvagens, evitando as desvantagens ambientais das pisciculturas comerciais convencionais (KREMER, COSTA e MONDO, 2013).

Ironicamente, uma nova onda de startups está tentando eliminar completamente a necessidade de peixes e outros animais. Alguns estão aperfeiçoando carnes à base de plantas; outros estão cultivando carne e até leite que são molecularmente idênticos aos reais. E todos dizem estar na vanguarda, desenvolvendo “substitutos” que reduziriam drasticamente os impactos ambientais e da vida selvagem (LERRE, 2012).

Segundo Galvão (2006), a preferência entre muitos por sistemas alimentares de baixa produtividade - pequenas fazendas com baixos rendimentos e sistemas pecuários extensos - não é um caminho para a sustentabilidade. Em vez disso, sistemas produtivos

intensivos de alta produtividade e alimentos, que obtêm tanta produção de alimentos para cada unidade de terra, água e insumos químicos, quase sempre superam os sistemas alimentares extensivos menos eficientes em quase todas as métricas quantificáveis de sustentabilidade.

Além disso, a produção de alimentos em larga escala permite uma eficiência notável. Os grandes produtores agrícolas são capazes de investir em tecnologias que seriam muito caras para muitas pequenas operações adotar: tratores que aplicam a quantidade exata de fertilizante necessária para as plantas, sistemas de irrigação por gotejamento que cortam o uso da água e máquinas que transformam o esterco animal em fonte de energia limpa. O arroz da Califórnia, por exemplo, é cultivado em grandes campos nivelados a laser e frequentemente plantados por avião (DAVIS et al., 2011).

Kremer, Costa e Mondo (2013), também apontam que a gastronomia sustentável é aquela que se interessa em promover o desenvolvimento agrícola, apoiando a proteção da biodiversidade e a preservação das culturas. Além do mais, desempenha um papel fundamental na promoção da segurança e produção de alimentos, especialmente para o desenvolvimento de comunidades. Portanto, exige a responsabilidade de diferentes atores da cadeia de produção e consumo. Nesse sentido, do setor privado ao público, eles devem apoiar o consumo de um produto alimentar sustentável e criar vínculos com os produtores locais (COSTA, PEREIRA e PEREIRA, 2007).

Uma das definições básicas de desenvolvimento sustentável diz, tratar-se daquele desenvolvimento que atende às necessidades das gerações contemporâneas sem comprometer a capacidade de atender às necessidades das gerações futuras. Ser sustentável simplesmente faz sentido, desde que os pais desejam que os filhos tenham uma vida plena e feliz (RUBIM, 2013).

Os consumidores possuem um grande poder em suas mãos. As escolhas cotidianas moldam o aspecto do sistema alimentar e influenciam direta e indiretamente o meio ambiente e a sociedade. O setor de suprimentos públicos também desempenha um papel importante. É bastante exigente em termos de recursos, geralmente produz uma grande quantidade de resíduos e pode ter uma influência positiva, mas também negativa, na agricultura e na saúde das pessoas que usam os serviços (AMORIM, JUNQUEIR e JOKL, 2005).

Um restaurante sustentável deve respeitar o meio ambiente. É um esforço para usar produtos orgânicos, ingredientes locais, reduzir o desperdício de alimentos e a

quantidade de carne no menu, reduzir o uso de embalagens, economizar água e energia ou produzir desperdício mínimo (POSPISCHEK, SPINELLI e MATIAS, 2014).

A responsabilidade ao falar sobre fornecedores, com base em boas relações, é igualmente importante, por exemplo, referente ao pagamento pontual. E por último, mas não menos importante, o nível social da sustentabilidade é criado com uma comunicação transparente e aberta com os clientes (GALVÃO, 2006).

Ventura (2008) explica que a sustentabilidade não é apenas ideias nobres sobre como salvar o mundo. Muitos cozinheiros concordam que esse modelo operacional requer um investimento inicial na forma de tempo e energia, mas o resultado vale a pena. Um restaurante sustentável funciona com muito mais eficiência, porque não desperdiça seus recursos e aborda os princípios da economia circular.

Os princípios da economia circular baseiam-se nessa premissa e podem funcionar em gastronomia. Muitos especialistas se dedicam a não utilizar o conceito de "desperdício de sabor" e tentam compartilhar esses pensamentos com outras pessoas (POSPISCHEK, SPINELLI e MATIAS, 2014).

Na gastronomia está o esforço para encurtar cadeias de suprimentos, reduzir o volume de transporte e apoiar a economia e os produtores locais. O relacionamento direto com os produtores ajuda a desenvolver as menores lavouras - ecologicamente mais eficientes e a produzir alimentos com maior variedade (RUBIM, 2013).

Também os preços dos produtos sofrem queda, visto a carestia se dever a intermediários. Além disso, na comunicação direta com os fornecedores, é muito mais fácil atender a necessidades específicas. Por exemplo, a produção de alimentos incomuns que em lojas normais são impossíveis de encontrar (COSTA, PEREIRA e PEREIRA, 2007).

Lima (2012) aponta que a sustentabilidade não é apenas uma tendência entre restaurantes, mas também entre os clientes, muito que estão cada vez mais interessados nos impactos ambientais e sociais dos alimentos. A motivação para mover a operação de um restaurante rumo a um padrão mais responsável, portanto, não precisa se basear unicamente em princípios filosóficos, é também uma resposta à crescente demanda.

Mais e mais pessoas estão começando a perceber que a sociedade de hoje desperdiça muita comida e destrói o meio ambiente. É algo que muita gente começou a falar não apenas de gastronomia, mas também de outros setores. E assim, o ponto de vista dos consumidores também muda. Anteriormente, as pessoas não pensavam tanto nisso,

mas agora se fala sobre porque algo tem que estar em um contêiner, de onde vem, o que acontecerá se não for gasto (VENTURA, 2008). A lógica econômica necessita de relações ambientalmente justas.

## 6. SLOW FOOD

*Slow food* é um movimento alimentar recente. Ao contrário de outros movimentos alimentares, como os que fazem campanhas para o "comer orgânico" ou o "comer local", o *slow food* é mais que um movimento de incentivo ao consumo de alimentos mais saudáveis, ele é, principalmente, uma rejeição/resistência à cultura *fast food*, constituindo-se numa organização internacional, fundada na Europa em 1989 (IRVING, 2008; MALATESTA ET AL., 2006). Não é necessário ser membro oficial do Slow Food para seguir o espírito do movimento.

Os seguidores do *slow* afirmam que a comida deve ser "lenta", isto é, cuidadosamente preparada com ingredientes minimamente processados de acordo com a cultura consagrada pelas tradições, é superior em sabor e qualidade àquela altamente processada, genérica e padronizada pelas indústrias de alimentos rápidos (LABELLE, 2014).

Os adeptos do *slow food* afirmam que o alimento é apreciado de forma mais adequada quando é consumido em um ritmo vagaroso, na companhia de outras pessoas, em oposição à alimentação frenética e solitária que é motivada pela cultura *fast-food*. Desde o seu início, o *slow food* inspirou movimentos semelhantes além da esfera da comida, e seus princípios fundamentais foram aplicados a esferas como economias locais e planejamento urbano (PARKINS & CRAIG, 2006).

O movimento *slow cities* é um exemplo de como transportar os ideais de sustentabilidade para ambientes urbanos. Os seus membros defendem a implementação de medidas que promovam a "vida lenta" nas vias, restrições ao tráfego de veículos, controle de velocidades a um mínimo possível e medidas do gênero. Quanto ao *slow food*, seus seguidores se preocupam com a qualidade da comida - lento versus rápido -, mas, também expressam interesse em outras questões relacionadas à alimentação, em particular, como demandas ambientais na produção de alimentos e direitos dos trabalhadores (GAYTÁN, 2014).

Na medida em que a organização desempenha um papel influente na orientação da filosofia e práticas de comida, a atenção é focada nos motivos éticos subjacentes ao Slow Food. Sua missão central, os três valores contíguos à alimentação, o "bom", o "limpo" e o "justo", referem-se à qualidade dos alimentos, que serão tidos por "bons", quanto ao sabor e à riqueza, que serão "limpos", quando produzidos por meio de práticas agrícolas e de produção sustentáveis, que não causem danos ao meio ambiente e serão "justos" ao refletir um compromisso social com os agricultores, os produtores de alimentos e com o consumidor (JONES et.al, 2013).

Para os fundadores do Slow Food, o *fast food* e a "vida rápida", na qual é consumido, não é necessariamente equivalente à velocidade com que o alimento é produzido, ou seja, poderia haver *fast food* "bom" em seu sentido mais amplo, contudo, sua padronização e homogeneização, alienam os alimentos que marcam a cultura alimentar contemporânea. Ou seja, é possível existir restaurantes com esse formato e que não ofereçam alimentos ultraprocessados e nem ingredientes comprovadamente nocivos à saúde, que respeitem à sazonalidade. É o caso, por exemplo, da rede *Maoz Vegetarian*, criada na Holanda, que mesmo sendo uma rede de serviço rápido possui um cardápio natural e orgânico, da mesma forma que a *Not Guilty* e a *Boali*, dentre outras.

Os defensores do *slow food* reconhecem que o sabor dos alimentos é subjetivo e que diferentes indivíduos irão finalmente encontrar prazer em diferentes alimentos e sabores, porém, afirmam que, em geral, certos alimentos e produtos alimentícios podem ser identificados como "bons" (PETRINI, 2005). Esses seriam alimentos que produzem sensações de sabor agradáveis e são, geralmente, tão "naturais" quanto possível, respeitando as características originais do produto. Esses critérios, afirmam eles, excluem muito alimento "rápido" ou industrializado, na medida em que muitas vezes não tem sabor e são altamente processados.

Hume (1996) reconhece que, quando se trata de questões de gosto, existe uma variedade de opiniões sobre o que diferentes indivíduos e diferentes culturas consideram bonito ou bom. Isto o leva a reconhecer a distinção entre questões objetivas de fato e sentimentos subjetivos ou sentimentos sobre objetos, onde a beleza, ao que parece, está inteiramente "nos olhos de quem vê".

A exposição repetida a uma variedade de obras de arte, afirma ele, pode ajudar os indivíduos a ganharem sensibilidade necessária para um gosto mais exigente. Enquanto reconhecendo o fato de que nem todos serão atraídos por certos gostos e sabores,



seguidores do *slow food* afirmam que podemos, no entanto, julgar certos alimentos como "bons" ou superiores, por exemplo, a qualidade de queijos artesanais quando comparados com queijos processados (PETRINI, 2011). Dessa forma, a dimensão do gosto – que pode parecer uma subjetividade – em verdade, impõe-se como um mecanismo objetivo. Isto é, o alimento ultraprocessado, diante de um alimento natural, é apenas um simulacro, um *fake*. A ecogastronomia é uma tentativa de aprofundar essa questão.

A expressão *ecogastronomia* foi cunhada pelo fundador da organização, Carlo Petrini. A ecogastronomia tem acepção mais ampla, assim, ao invés de um simples movimento, é uma abordagem que pode ser adotada para atender a alguma forma de consumo alternativo. De fato, enquanto nos estágios iniciais o conceito de sustentabilidade, que é crucial para a ecogastronomia, não foi amplamente contemplado pelo movimento Slow Food, nos últimos anos, o foco da salvaguarda de alimentos típicos se ampliou para a proteção de suas instalações culturais e ambientais. A ênfase foi colocada especialmente na biodiversidade, agricultura sustentável e consumo responsável (ANDREWS, 2008).

Em 2007, Petrini forneceu uma perspectiva teórica da ecogastronomia, afirmando que a agricultura e a ecologia fazem parte da gastronomia, porque elas nos ajudam a entender de onde vem a comida e produzi-la da melhor maneira possível - observando simultaneamente os princípios do sabor, respeito ao meio ambiente e à biodiversidade (PETRINI, 2011).

O Slow Food não tem por objetivo apenas prestar atenção à qualidade da comida e ao prazer de comer. Assim, os alimentos devem ser produzidos de acordo com métodos ecológicos, livres de pesticidas e fertilizantes artificiais. A limpeza é uma qualidade essencial nos alimentos que as pessoas comem, mas o conceito também se refere à paisagem em que os alimentos são produzidos.

A união entre a ética e o prazer da alimentação resume-se em uma palavra: ecogastronomia. Restituindo ao alimento sua dignidade cultural, favorecendo a sensibilidade do gosto e luta pela preservação e uso sustentável da biodiversidade, protegendo assim, espécies vegetais e raças animais, contribuindo com a defesa do meio ambiente, da cozinha típica regional, dos produtos saborosos e do prazer da alimentação (SLOW FOOD, 2008).

Nos dias atuais, a necessidade de resgatar o alimento do campo em nossa mesa se tornou um movimento crescente e sustentável, indo na contramão da globalização e da

industrialização desenfreada de produtos comestíveis. Esse sistema vem trazendo consequências ambientais, problemas de saúde e outros fatores não menos relevantes ao mundo globalizado. Seguindo a visão do ambientalista Aldo Leopold, “morrerá de seus próprios excessos” (BARBER, 2014).

## 7. CONSIDERAÇÕES FINAIS

As conclusões a que se pode chegar é de que os sistemas alimentares atuais são caracterizados pela produção industrial em massa e estão se tornando extremamente insustentáveis social, ecológica e economicamente. É urgente que se criem sistemas alimentares resistentes.

Um dos desafios para o futuro é o fomento na ecogastronomia. Os profissionais de alimentos e a gastronomia, precisam visualizar e trilhar novos caminhos por meio da construção de redes, organizações inovadoras e colaboração, o que implica, por exemplo, na troca de conhecimentos e feedback.

As práticas ecogastronômicas são adaptativas e transformadoras. A baixa sustentabilidade social (por exemplo, baixos salários) e pequenas redes podem ameaçar a longevidade e a expansão da nova gastronomia. Mesmo assim, essas redes estão crescendo em tamanho e número. Um novo tipo de consciência alimentar começa a emergir, em todo mundo. A sustentabilidade na gastronomia não é um modelo para sistemas alimentares resilientes, mas um meio de se fornecer soluções que podem resultar em um futuro mais equilibrado e de comida farta e saudável.

A revolução da mesa pode se iniciar a partir de atitudes de um chef, novos hábitos alimentares e uma moderna consciência alimentar. Um chef que seja culto em outras ciências, que saiba se fazer ouvir, mas, acima de tudo que seja capaz de conciliar sabor e compromisso social de sustentabilidade.

A importante missão para século XXI, diante do cenário da comida industrializada, perpassa, principalmente pelo profissional gastrônomo que conheça não só o resultado do prato, mas principalmente a origem dos elementos essenciais desse prato e com quais características foram cultivados.

Os alimentos dessa nova cozinha terão menos gordura, menos açúcar e sal passando a utilizar vegetais mais frescos, trazendo um novo paladar às receitas, criando assim uma culinária que prioriza a cozinha natural, cientes de que uma boa saúde procede





de uma boa alimentação. O cozinheiro é uma espécie de dínamo, capaz de receber o alimento, higienizá-lo, manipulá-lo e prepará-lo. A gastronomia não acontece exclusivamente na cozinha, mas também nos bastidores da produção de insumos.

Os profissionais gastronômicos precisam ser valorizados. Cozinhar é mais que o preparo de uma refeição, é um evento que proporciona encontros, vinculações, processos dialéticos e memória afetiva, construídos no entorno de uma mesa. O chef é um instrumento fundamental para uma revolução gastronômica, tendo como propósito fazer da cozinha uma prática culturalmente posta, em vistas de uma sociedade mais consciente e capaz de recuperar hábitos nas escolhas de alimentos, os rituais de ir às feiras, ou mesmo às plantações e valorizar os produtos frescos e saudáveis.

O paladar é a principal ferramenta do gastrônomo. Ele precisa desenvolvê-lo, contribuindo para o resgate do verdadeiro e bom sabor dos alimentos, estratégia simples, sem a qual será impossível vencer a industrialização de ultraprocessados que vem, ano a ano, destruindo a cozinha tradicional e suas raízes culturais iminentes. Cabe ao gastrônomo trazer de volta a originalidade dos pratos, reeducando os sentidos e as práticas de preparação, que vise o “Bom, Limpo e Justo”.

O sistema alimentar industrializado é cada vez mais criticado por sua inadequação às questões ambientais. Sozinho, contribui para um terço das emissões de gases de efeito estufa no Brasil. Por outro lado, a superprodução obriga ao uso de pesticidas e de condições agrícolas pouco democráticas, somando-se a isso a diminuição dos recursos naturais, as mudanças climáticas e a deterioração da saúde pública.

O foco é iniciar a nova cozinha saudável como propulsora do desenvolvimento da agricultura, fortalecendo as oportunidades de produção para sistemas diversificados de agricultura familiar e, ao fazê-lo, influenciar o debate global sobre dietas sustentáveis. A sustentabilidade alimentar visa gerar alimentos a um nível de produtividade suficiente para manter a população humana sem que o meio ambiente e a qualidade de vida sejam prejudicados.

Com o consumo consciente, a indústria alimentícia se encontrará em um cenário onde seu público-alvo não mais apoiará ou consumirá produtos que não são benéficos. É exatamente nesse cenário que a gastronomia sustentável atuará, apresentando a possibilidade de se consumir produtos de qualidade, naturais, que valorizem o meio ambiente e promovam qualidade de vida em um estilo sustentável de se viver. Sendo



ainda indispensável a participação influente dos Chefes de Cozinha para um mundo novo e consciente, para a contemporaneidade e para as futuras gerações.

## REFERÊNCIAS

AGLIO, C. S. D; FUJITA, D. M.; DE ANDRADE JÚNIOR, H. F. **Cardápios sazonais como estratégia de portfólio para variabilidade e aumento de qualidade no mercado competitivo de restaurantes de hotéis: novas perspectivas de consumo no setor brasileiro**. Revista de Comportamento, Cultura e Sociedade, São Paulo, v. 3, n. 2, p.50-66, maio 2014.

AMORIM, M. M. A.; JUNQUEIRA, R. G.; JOKL, L. **Adequação nutricional do almoço self-service de uma empresa de Santa Luzia, MG**. Revista Nutrição, Campinas, v. 18, n. 1, p. 145-156, jan. /fev. 2005.

ANDREWS, Geoff. **A História do Slow Food: Política e Prazer**, 2008.

ANVISA. Anvisa decide banir gordura trans até 2023. Agência Brasil, Brasília, 2019  
AZEVEDO, Elaine de. **Alimentos Orgânicos: ampliando os conceitos de saúde humana, ambiental e social**. São Paulo: SENAC, 2012.

BAKER.ET.AL. **Alimentos ultraprocessados e a transição nutricional: tendências globais, regionais e nacionais, transformações dos sistemas alimentares e impulsionadores da economia política**. Instituto de Atividade Física e Nutrição, Deakin University, Geelong, Victoria, Austrália, 2020.

BARBER, Dan. **O Terceiro Prato**, tradução de Ana Deiró. São Paulo: Bicicleta Amarela, 2014.

BLEIWEISS-SANDE, R.; CHUI, K.; EVANS, E.W.; GOLDBERG, J.; AMIN, S.; SACHECK, J. **Robustness of food processing classification systems**. Nutrients 2019

BOYER BP, NELSON JA, HOLUB SC. **Childhood body mass index trajectories predicting cardiovascular risk in adolescence**. J Adolesc Health 2015.

BRASIL. Ministério da Saúde. **Uma análise da situação de saúde e das doenças e agravos crônicos: desafios e perspectivas**. Saúde Brasil 2014. Brasília, 2015.

BRUNDTLAND, Gro Harlem: **Nosso Futuro Comum (Our CommonFuture)** C6FO00107F, Universidade de Madri, 2016.

CAIVANO, Simone et.al. **O Índice de Qualidade da Dieta associado ao Guia Alimentar Digital: atualização e validação**. <http://dx.doi.org/10.1590/0102-311X00043419>. Acesso em 18 de novembro de 2020.



- CASTELS, P. **Cozinha do futuro, culinária e saúde**. Tibadao. Castillo, T. O renascimento, quando cozinhar se tornou arte. Obtido em hyperlink "<http://www.bonviveur.es/the-food-street-journal/el-renacimiento-cuando-la-cocina-se-convirtio-en-arte>" <http://www.bonviveur.es/the-food-street-journal/the-renascimento-ao-cozinhar-se-tornou-arte>, Madri, 2016.
- CERVO Amado Luiz; BERVIAN Pedro Alcino. **Metodologia científica**. 5. ed. São Paulo: Prentice Hall, 2002.
- CHAMBERS S, ET AL. **Alimentos locais, nacionais e importados: um estudo qualitativo**. *Apetite* 49, 208 – 13, 2009.
- CHANG, K. **Food 2.0: Chefs as Chemists**. New York Times; <http://www.nytimes.com/2007/11/06/science/06food.html?scp=1&sq=molecular%20gastroonomy&st=cse>, 2007.
- CHRZAN, J. **Slow food: o quê, por que e para onde?** *Food, Culture and Society*., 7, 117-132, Edição do Kindle, 2019
- CITIZEN. **A irradiação de alimentos no Brasil**, disponível em: <http://www.citizen.org/cmep/foodsafety/internacional/ acesso> em 12/07/2020.
- CLARK, J. Peter. Estudos de caso em engenharia de alimentos. Série Engenharia de Alimentos, Ed. Série: Barbosa-Cánovas, Londres, 2015.
- COSTA, A. C. R.; PEREIRA, A. B.; CAMELO, G. L. P. **Sustentabilidade como estratégia de desenvolvimento: a nova tendência do mercado internacional**. In: II Congresso de Pesquisa e Inovação da Rede Norte Nordeste da Educação Tecnológica, 2007, João Pessoa. Anais... João Pessoa: CONNEPI, 2007.
- COYLE, D.H.; WU, J.H.; TANNA, G.L.; SHAHID, M.; TAYLOR, F.; NEAL, B.; TREVENA, H. **The effects of a supermarket-based intervention on the nutritional quality of private-label foods: A prospective study**. *Nutrients*, London, 2020.
- FOURIER, Charles. **O valor educacional da ópera e da culinária (a comida da vida)**. Ediciones Trea, SL, Madri, 2008.
- DAVIS, Bernard et al. **Gestão de alimentos e bebidas**. Ed. Compacta. Rio de Janeiro: Elsevier, 2011.
- DE JONG, S.; KLOK, H. J & VAN DE VELDE, F. **Alimentos Hidrocoloidais**, <https://quimtia.com/pb/2016/12/13/el-papel-de-los-hidrocoloides-en-los-alimentos/>. Acessado em 27/09/2020.
- DE OLIVEIRA ML, SANTOS LMP & DA SILVA EN. **Custo direto de saúde da obesidade no Brasil: uma aplicação do método do custo da doença na perspectiva do sistema público de saúde em 2011**. *PloSone*, 2015.
- DEFRA. **Compreender os impactos ambientais do consumo de alimentos produzidos localmente na temporada**. Projeto



FO0412. <http://randd.defra.gov.uk/Default.aspx?Module=More&Location=None&ProjectID=16390>, 2012.

DONATI, K. **O prazer da diversidade na ética do paladar do slow food**. Comida, Cultura e Sociedade, 2015.

ECKEL RH, JAKICIC JM, ARD JD, ET AL, Colégio Americano de Cardiologia / Diretriz da AHA / **ACC de 2013 sobre gestão de estilo de vida para reduzir o stress**, doi: 10.1017 / S1368980015002840, 2016.

EDWARDS-JONES G. **Comer alimentos locais reduz o impacto ambiental da produção de alimentos e melhora a saúde do consumidor?** Proc Nutr Soc 69, 582 – 591, 2014.

EPIFÂNIO, Silvany Barros Olímpio. **Série temporal do consumo de refrigerante/suco artificial entre os adultos no Brasil: 2007 a 2014**. 2018. 113 f. Dissertação (Mestrado em Nutrição) – Faculdade de Nutrição, Programa de Pós-Graduação em Nutrição, Universidade Federal de Alagoas, Maceió, 2018.

FAO. **Grau de processamento de alimentos provenientes da agricultura familiar para a alimentação escolar**. 6º Congresso Internacional de saúde, UNIJUÍ, 2019

FARDET A. **Alimentos minimamente processados são mais saciantes e menos hiperglicêmico do que alimentos ultraprocessados: um estudo preliminar com 98 alimentos prontos para comer**. Food Funct 2016; 7: 2338-46. doi: 10.1039 / C6FO00107F, 2016

FELIX, L.; HERNANDEZ, J.; ARGUELLES-MONAL, W. M.; GOYCOOLEA, F. M. **Biomacromoléculas**. Petrópolis: Vozes, 2015.

FIOLET T, ET AL. **Consumo de alimentos ultraprocessados e risco de câncer: resultados da coorte prospectiva da NutriNet-Sante**, 360: k322 BMJ, 2018.

FUNDO MUNDIAL DE PESQUISA DO CÂNCER, Instituto Americano de Pesquisa do Câncer. **Dieta, Nutrição, Atividade Física e Câncer: Uma Perspectiva Global**. O terceiro relatório do especialista. [dietandcancerreport.org](http://dietandcancerreport.org) . Acesso em 06/09/2020.

GALVÃO, A. K. L. **Fatores que afetam o interesse de compra de produtos orgânicos em supermercados de Manaus**. Tese de Mestrado da Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN). Natal, 2006.

GARCÍA, González A, ALONSO, Aperte E. **Ensino superior: a necessidade de uma nova abordagem multidisciplinar**. In: Rivero Urgell M., Moreno Aznar L., Vare-la-Moreiras G., Moreno Villares J, Aliaga Pérez A., García Perea A., et als., Editores. Livro Branco da Nutrição Infantil na Espanha. Zaragoza: Editoras da Universidade de Zaragoza, 2016.

GARCÍA, González A. **Gastronomia molecular capta novos ramos da ciência**. Sabores. <http://sabores.sapo.pt/tendencias/detalhe/gastronomia-molecular-capta-novos-r/>, acesso em 30/10/2020



GAYTÁN, M. S. **Resistência globalizante: Slow food e novos imaginários locais. Comida, Cultura e Sociedade,**

[http://cienciaecultura.bvs.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0009-67252010000400014](http://cienciaecultura.bvs.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0009-67252010000400014), acesso em 14/10/2020.

HARRIS J, Molly A, Clément C, Nisbett N. **A economia política da Comida.** Brighton: Instituto de Estudos de Desenvolvimento; 2019.

Hiperglicêmico do que alimentos ultraprocessados: um estudo preliminar com <https://brasilecola.uol.com.br/o-que-e/quimica/o-que-e-sustentabilidade.htm>: Acesso em: 30/08/2020.

IARC. **Dieta, Nutrição, Atividade Física e Câncer: uma perspectiva global: o terceiro relatório de especialista.** American Institute for Cancer Research, <https://www.wcrf.org/dietandcancer>, 2018. Acesso em 28 de outubro de 2020.

IBGE. **Safras anuais.** Agência de Notícias do IBGE.

<https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-sala-de-imprensa/2019-agencia-de-noticias/releases/14531-asi-em-novembro-ibge-preve-safra-154-maior-que-a-de-2019>. Acesso em 11 de outubro de 2020.

IRVING, J. **O companheiro do slow food: Bem-vindo ao nosso mundo.** Nova York: Slow Food Editore, 2008.

JONES, P., SHEARS, P., HILLIER, D., COMFORT, D., & LOWELL, J. **Voltar aos valores tradicionais? Um estudo de caso de slow food.** British Food Journal, 105, 297–304, 2013.

JUNGLUTH N, ITTEN R, SCHORI S. **Impactos ambientais do consumo de alimentos e seus potenciais de redução.** 8th Int. Conf. LCA no Setor Agroalimentar, pp. 104 - 109. <https://colloque4.inra.fr/var/lcafood2012/storage/fckeditor/fi/le/Processos/Processos%20-%20LCA%20Food%202012%20-%20ISBN.pdf>, 2012.

KREMER, E.C.; COSTA, J.I.P.; MONDO, T.S. **Análise das ações de responsabilidade ambiental implementadas nos restaurantes do centro de Florianópolis.** TURIDES, v.6, n.14, 2013.

LABELLE, J. **Uma receita para conexão: unindo produção e consumo com comida lenta.** Food, Culture and Society, Italy, 2014.

LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Marina de Andrade. **Fundamentos de metodologia científica.** 5. ed. São Paulo: Atlas, 2003.

**LAURE SCHNABEL ET.AL. Associação entre o consumo de alimentos ultraprocessados e o risco de mortalidade entre adultos de meia-idade na França.** JAMA Intern Med. 2019; 179 (4): 490-498. doi: 10.1001 / jamainternmed.7289, 2019.

LEITE ET AL **Nutritional quality of foods and non-alcoholic beverages advertised on Brazilian free-to-air television: A cross-sectional study.** BMC Public Health, 20, 385, 2020.



LERRE, Sérgio. **Gastronomia Sustentável**. São Paulo: Portal da Gastronomia Sustentável, <http://br.stop-hunger.org/home/nossas-acoas/gastronomia-sustentavel.html>. Acesso em 19/10/2020.

LÈVI-STRAUSS, Claude. **O Cru e o Cozido - Coleção Mitológicas**. São Paulo: Brasiliense, 1991.

LIMA, Thiago das Chagas. **A sustentabilidade em unidades de alimentação: Estudo sobre um restaurante de cozinha brasileira**. 2012. 164 f. Monografia (Especialização) - Curso de Segurança e Qualidade Alimentar em Restauração, Escola Superior de Hotelaria e Turismo do Estoril, Estoril, 2012.

LOTTI, A. **A comoditização de produtos e sabor: Slow food e a conservação da biodiversidade. Valores humanos na agricultura**, 27, 71-83, 2012.

LOUZADA, M.L.; RICARDO, C.Z.; STEELE, E.M.; LEVY, R.B.; CANNON, G.; MONTEIRO, C.A. **The share of ultra-processed foods determines the overall nutritional quality of diets in Brazil**. Public Health Nutr. 2018, 21, 94–102.

LUITEN CM, STEENHUIS IH, EYLES H, NI MHURCHU C, WATERLANDER WE. **Alimentos ultraprocessados têm o pior perfil nutricional, mas são os produtos embalados mais disponíveis em uma amostra da Nova Zelândia supermercados - CORRIGENDUM**. Public Health Nutr 2016.

MACHADO P, Claro R, Canella D, Sarti F, Levy R. **Preço e conveniência: a influência dos supermercados no consumo de alimentos e bebidas ultraprocessados no Brasil**. Appetite. 2017.

MACHADO, P.P.; STEELE, E.M.; LEVY, R.B.; SUI, Z.; RANGAN, A.; WOODS, J.; GILL, T.; SCRINIS, G.; MONTEIRO, C.A. **Ultra-processed foods and recommended intake levels of nutrients linked to non-communicable diseases in Australia: Evidence from a nationally representative cross-sectional study**. BMJ Open, UK, 2019.

MALATESTA, S., ET AL. **O companheiro do slow food**. Roma: Slow Food Editora, 2005.

MCGEE, H. **Sobre comida e coque. A ciência e o folclore da cozinha**; Scribner: New York, Degennes, PG J. Phys. Lett. 1976, 37, L1 – L, 2014.

MELO, Francisco Vicente Sales et al. **Menu do dia: Sustentabilidade - Os consumidores estão deglutindo essa ideia?** Revista de Gestão Social e Ambiental, São Paulo, V.6, N.3, P. 96-112, dez. 2012.

MELO, Leiliane Ribeiro de. **Turismo, gastronomia e educação ambiental: uma abordagem a partir das trilhas sensoriais desenvolvidas pelo projeto de extensão “Pitadas de cerrado”**. 2019. 67 f., il. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharelado em Turismo) —Universidade de Brasília, Brasília, 2019.



MENDONÇA, Rejane Teixeira. **Cardápios: técnicas e planejamento**. Rio de Janeiro: Rubio, 2017.

MONTEIRO, C.A. **The share of ultra-processed foods determines the overall nutritional quality of diets in Brazil**. *Public Health Nutr*, 94–102, 2018.

MONTEIRO, C.A.; CANNON, G.; LAWRENCE, M.; COSTA LOUZADA, M.L.; PEREIRA MACHADO, P. **Ultra-Processed Foods, Diet Quality, and Health Using the NOVA Classification System; Food and Agriculture Organization of the United Nations (FAO)**: Rome, Italy, 2019.

MOODIE R, STUCKLER D, MONTEIRO C, ET AL; Lancet NCD Action Group. **Lucros e pandemias: prevenção dos efeitos nocivos das indústrias de tabaco, álcool e alimentos ultraprocessados e bebidas**. *Lancet*. 2013; 381 (9867): 670-679. doi: [10.1016 / S0140-6736 \(12\) 62089-3](https://doi.org/10.1016/S0140-6736(12)62089-3), 2016.

MOURA, NC. **Influência da mídia no comportamento alimentar de crianças e adolescentes**. *Segurança Alimentar e Nutricional*, 17(1):113-122, 2010.

MOZAFFARIAN D. **Dieta e políticas prioritárias para doenças cardiovasculares, for Cardiovascular, Diabetes e obesidade: A Review**. 2016; 133:187-225. doi: 10.1161/ CIRCULATIONAHA.115.018585, 2016.

NEUMANN, África Isabel Cruz Perez et.al. **Padrões alimentares associados a fatores de risco para doenças cardiovasculares entre residentes de um município brasileiro**. *Revista Sulamericana de saúde Pública*, São Paulo, 2019.

NUNES, R. **Gastronomia sustentável**. *Revista Científica da Faculdade das Américas*, ano VI, n. 1, São Paulo, 2018.

ORGANIZAÇÃO DAS NAÇÕES UNIDAS. **A ONU e o meio ambiente. Nosso futuro comum**. Nações Unidas, 1997

ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DE SAÚDE. **Ficha informativa sobre doenças cardiovasculares (DCVs)**. WHO. [citado em 01 de junho de 2018]. [www.who.int/news-room/factsheets/detail/cardiovascular-diseases-\(cvds\)](http://www.who.int/news-room/factsheets/detail/cardiovascular-diseases-(cvds)), 2018.

PAHO. **Alimentos e bebidas ultraprocessados na América Latina: Tendências, impacto na obesidade, implicações políticas**. 2015. <http://iris.paho.org/xmlui/bitstream/handle/123456789/7699/9789275118641>, acesso em 12/10/2020.

PARKINS, W., & CRAIG, G. **Vida lenta**. Oxford: Berg, 2006.

PENSE LIVROS. **Melhores restaurantes do mundo**; Pan MacMillan: Londres, 2018.

PEREIRA TN, do Nascimento FA, Bandoni DH. **Conflito de interesse na formação e prática do nutricionista: regulamentar**. *Revista Ciência & Saúde Coletiva*, 2015.



PESQUISA NACIONAL DE SAÚDE. **Consumo de refrigerantes e índice de massa corporal em adolescentes brasileiros.** <https://www.pns.icict.fiocruz.br/>, 2013. Acesso em 24 de outubro de 2020.

PETRINI, C. **Slow food: o caso do sabor.** Nova York: Columbia University Press, 2011.

PETRINI, C. **Nação do Slow Food.** Nova York: Rizzoli Ex Libris, 2007.

POLLAN, Michael. **Cozinhar: uma história natural de transformação.** Edição do Kindle, 2015.

POSPISCHEK, V.S, SPINELLI, M.G.N.; MATIAS, A. C. G. **Avaliação de ações de sustentabilidade ambiental em restaurantes comerciais localizados no município de São Paulo.** Demetra, v. 9. n.2. p.595-611, 2014.

POTI, J.M.; BRAGA, B.; QIN, B. **Ingestão de alimentos ultraprocessados e obesidade: o que realmente importa para o processamento da saúde ou conteúdo de nutrientes?** Revista da Nutrição, 6, 420–431, 2017.

POUBEL, R. O. **Hábitos alimentares, nutrição e sustentabilidade.** Dissertação de Mestrado em Desenvolvimento Sustentável. Universidade de Brasília, Brasília, 2006.

RANCIÈRE F, LYONS JG, LOH VHY, ET AL. Bisfenol A. **O risco de distúrbios cardiometabólicos: uma revisão sistemática com meta-análise das evidências epidemiológicas.** UK, 2015.

RAUBER, F.; DA COSTA LOUZADA, M.L.; MARTÍNEZ STEELE, E.; MILLETT, C.; MONTEIRO, C.A.; BERTAZZI LEVY, R. **Ultra-processed food consumption and chronic non-communicable diseases-related dietary nutrient profile in the UK,** 2018.

RAUBER, F.; STEELE, E.M.; LOUZADA, M.L.D.C.; MILLETT, C.; MONTEIRO, C.A.; LEVY, R.B. **Ultra-processed food consumption and indicators of obesity in the United Kingdom population (2008–2016).** plos one, UK, 2020.

ROWLEY, A. **História mundial da mesa.** Madri, Editora Trea, 2018.

RUBIM, R. E. **A ecogastronomia nos cursos superiores de gastronomia do estado de São Paulo: conceito, aplicações e cenário observado.** Revista Rosa dos Ventos, Caxias do Sul, v. 5, n. 2, p. 280- 292, abr./jun, 2013.

SALDANHA, Roberta Malta. **História, lendas e curiosidades da gastronomia** – Rio de Janeiro: Rio de Janeiro: SENAC, 2020.

SEARLE, A. **Comendo e refletindo, refletindo e comendo.** Eds., Hamilton, R., e Todoli, V. pp 60-71, Actar: Barcelona, 2019.

SILVA LA, SILVA AFM, RIBEIRO ÂC, SILVA AO, VIEIRA FA, Segundo GRS. **Prevalência de alergia alimentar em adultos: reduzindo o viés do**





**questionário.** Disponível em: <https://www.karger.com/?doi=10.1159/000453036>, acesso em 18/10/2020.

SLIMANI N, DEHARVENG G, SOUTHGATE DA, ET AL. **Contribuição de alta alimentos processados industrialmente para a ingestão de nutrientes e padrões de populações de meia-idade** na Investigação Prospectiva Europeia em estudo sobre câncer e nutrição. Eur J Clin Nutr, 2009.

SMALL, D.M.; DIFELICEANTONIO, A.G. **Processed foods and food reward.** Science, London, 363, 346–347, 2019.

STEELE, E.M.; POPKIN, B.M.; SWINBURN, B.; MONTEIRO, C.A. **The share of ultra-processed foods and the overall nutritional quality of diets in the US: Evidence from a nationally representative cross-sectional study.** Popul. Health Metr. 2017.

SUMMER J. **Alfabetização alimentar e educação de adultos: Aprender a ler o mundo comendo**, The Canadian Journal for the Study of Adult Education, maio de 2013.

TEIXEIRA, Elizabeth. **As três metodologias: acadêmica, da ciência e da pesquisa.** 7. ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2010.

TRUDEAU, K.; ROUSSEAU, M.C.; PARENT, M.E. **Extent of food processing and risk of prostate cancer: The Proteus study in Montreal, Canada.** Nutrients, 2020.

VEGA, C. e UBBINK, J. TRENDS. **Alimentação científica.** Technol, 2008.

VIOLA, L ET AL. **O livro de receitas da fogueira: 80 receitas imaginativas para cozinhar ao ar livre.** Edição Kindle, 2019.

WEAVER, C.M.; DWYER, J.; FULGONI, V.L.; KING, J.C., 3RD; LEVEILLE, G.A.; MACDONALD, R.S.; ORDOVAS, J.; SCHNAKENBERG, D. **Processed foods: Contributions to nutrition.** Am. J. Clin. Nutr. 2014.

YACH D, FELDMAN ZA, BRADLEY DG, KHAN M. **A indústria de alimentos pode ajudar a enfrentar o crescimento global**, São Paulo: Brasiliense, 2018.

ZENG Guojun; SUN Shuzhi; Escola de Gestão de Turismo, Sun Yat-sen University ;; **[Produção cultural de restaurantes translocais: Processo de padronização autêntico de Meet Fresh](#)** [J]; Pequim; 2016.

ZHANG Y, HUANG M, ZHUANG P, ET AL. **Exposição à acrilamida e ao risco de doenças cardiovasculares no Nacional de Saúde e Nutrição** Pesquisa de exame 2003-2006. Environ Int 2018; 117: 154-63.doi: 10.1016 / j.envint, 2018.

ZINÖCKER MK, LINDSETH IA. **A Dieta de Interação Ocidental-Microbiana e seu Papel na Doença Metabólica.** São Paulo: Zahar, 1988.



## O CONCEITO DO COMFORT FOOD NA GASTRONOMIA: UMA REVISÃO BIBLIOGRÁFICA

Ana Cláudia Luz Rodrigues de Oliveira<sup>49</sup>  
Estéfani Caren Walger Nobre<sup>50</sup>  
Geíse Pinheiro PINTO<sup>51</sup>  
Emanuel Vieira PINTO<sup>52</sup>  
Fernanda Spagnol PAGANOTO<sup>53</sup>  
Gustavo SOUZA DE MELO<sup>54</sup>

### RESUMO

O alimento é a alma da cozinha, faz com que a culinária, um simples ato de cozinhar esteja inserida como uma das grandes áreas que abrangem a ciência da gastronomia, que atualmente é considerada um grande campo de estudos multidisciplinares, onde está incluído a temática abordada nesse artigo. O Comfort Food é um conceito americano, significando a comida que conforta, que traz à tona lembranças, emoções e sensações, e procura mostrar o prazer pelo ato de comer. Portanto, discute-se neste artigo, principalmente sobre as quatro condições que classificam o alimento como sendo Comfort Food, são elas: nostalgia, indulgência, conveniência e as sensações físicas, bem como sobre o prazer proporcionado pelos alimentos. O objetivo foi A intenção desse trabalho é observar se os aspectos do conceito de Comfort Food. Assim, o principal objetivo deste artigo é analisar o conceito do termo comfort food, bem como sua influência e impacto sobre as formas de alimentação e criação de vínculos entre as pessoas. Diante da problemática apresentada e buscando responder aos objetivos propostos foi realizado uma pesquisa qualitativa por meio de uma revisão bibliográfica buscando compreender essa relação entre o sentir e o alimento.

**Palavras-chave:** Comfort Food. Convívio. Gastronomia. Emoções.

---

<sup>49</sup> Discente do curso de Tecnólogo em Gastronomia da FACISA/BA.

<sup>50</sup> Docente do curso da FACISA/BA.

<sup>51</sup> Doutora em Psicologia Social. Docente da FACISA/BA. E-mail: geise.ppinto@gmail.com.

<sup>52</sup> Mestre em Gestão Social, Educação e Desenvolvimento Regional. Docente da FACISA/BA. E-mail: emanuelvieira6@hotmail.com.

<sup>53</sup> Mestre em Engenharia e Ciência de Alimentos. Docente da FACISA/BA. fernandapaganoto@hotmail.com.

<sup>54</sup> Mestre em Matemática. Docente da FACISA/BA. E-mail: Gustavo.ead1@gmail.com.



## ABSTRACT

Food is the soul of the kitchen, making culinary, a simple act of cooking, inserted as one of the great arts as that encompass the science of gastronomy, which is currently considered a large field of multidisciplinary studies, which includes the field addressed in this Course Completion Work, Comfort Food, the comforting food that brings back memories, emotion and sensations, and seeks to show the pleasure of feasting. Comfort Food is an American concept, therefore, in this CBT, the four conditions that classify food as Comfort Food, according to research by Locher, are: nostalgia, indulgence, convenience and physical sensations. The work also presents the view of the authors on the pleasure provided by food and what serves as a reference is Brillat-Savarin, passion ate about the pleasure of feasting. The intention of this work is to observe if the aspects of the concept of Comfort Food

**Keywords:** Comfort Food. Conviviality. Gastronomy. Emotions.

### 1. INTRODUÇÃO

A comida tem o poder de transportar aquele que a consome para lembranças de momentos e de pessoas que foram ou ainda são significativos na vida daquele que a ingere. Isso, nos leva a questionar sobre quais alimento (s) traz uma memória gustativa, um resgate de momentos vividos e como esse processo ocorreria. Esse questionamento, muitas vezes, pode representar um grande vazio na cabeça de quem a faz, visto que com o acelerar dos acontecimentos no dia a dia, o ato de se alimentar tem ficado mecânico e acelerado, prejudicando um ato de se alimentar com tranquilidade e interação entre as pessoas e, assim impedindo de criar tais memórias afetivas associadas a esse comportamento.

O crescimento da facilidade de se consumir alimentos a partir do abrir de um saco, ou de mais trinta segundos no micro-ondas, tem tornado a sociedade cada vez mais mecanizada com o momento do alimentar-se, tirando o prazer de sentar-se à mesa com as pessoas que amamos para a realização de uma refeição de qualidade.

Muitas vezes, quando ao se desacelerar para analisar sobre o que se está comendo são momentos que consideramos chatos, como as dietas para emagrecer ou tratamentos que são associados a pratos sem graça e sem sabor, tornando o fato de prestar atenção e cuidado ao alimentar-se associado a coisas ruins e desagradáveis.

Por isso a criação do hábito de se sentar à mesa e retirar um tempo para saborear uma boa refeição, mesmo na correria se faz importante para criar um vínculo, não só com



aqueles que estão sentados à mesa, mas com a comida que é servida, que irá gerar a possibilidade de memórias agradáveis em relação ao ato de se alimentar.

Nesse sentido, o conceito de comfort food traz o debate sobre as sensações e resgates de memórias produzidos durante o ato de se alimentar, ou seja, ao consumir os alimentos as pessoas atentem para o momento presente para se tirar todo proveito possível daquela refeição, não somente no sentido dos nutrientes, mas dos fortalecimentos de vínculos e afetos gerados neste momento.

Assim, o principal objetivo deste artigo é analisar o conceito do termo comfort food, bem como sua influência e impacto sobre as formas de alimentação e criação de vínculos entre as pessoas. Diante disso, elencamos os seguintes objetivos específicos: Levantar os tipos existente, buscando compreender a tendência do comfort food e suas principais características; entender quais são as sensações que podem ser geradas pelo processo de alimentação das pessoas, de que forma o alimento escolhido pelo comensal pode resgatar memórias de momentos importantes na sua vida, e como o cuidado no momento da alimentação, como o sentar à mesa na condição de mesa posta pode fortalecer os laços familiares e sociais.

A presente pesquisa pode ter sua justificativa no fato em que as relações criadas no momento das refeições pelos seus comensais têm diminuído significativamente devido a correria que se tornou o dia a dia e isso tem gerado impactos em hábitos não saudáveis no campo da alimentação. Nesse sentido, demonstrar a relação que se pode existir entre o consumo de tais alimentos e doenças como a ansiedade e depressão.

## **2. METODOLOGIA**

Diante da problemática apresentada e buscando responder aos objetivos propostos foi realizado um levantamento teórico sobre a temática proposta, sendo, portanto, uma pesquisa qualitativa realizada através de uma revisão bibliográfica buscando compreender essa relação entre o sentir e o alimento.

## **3. REVISÃO TEORICA**

### **3.1. CONCEITO DE COMFORT FOOD**

## 1. INTRODUÇÃO

A comida tem o poder de transportar aquele que a consome para lembranças de momentos e de pessoas que foram ou ainda são significativos na vida daquele que a ingere. Isso, nos leva a questionar sobre quais alimento (s) traz uma memória gustativa, um resgate de momentos vividos e como esse processo ocorreria. Esse questionamento, muitas vezes, pode representar um grande vazio na cabeça de quem a faz, visto que com o acelerar dos acontecimentos no dia a dia, o ato de se alimentar tem ficado mecânico e acelerado, prejudicando um ato de se alimentar com tranquilidade e interação entre as pessoas e, assim impedindo de criar tais memórias afetivas associadas a esse comportamento.

O crescimento da facilidade de se consumir alimentos a partir do abrir de um saco, ou de mais trinta segundos no micro-ondas, tem tornado a sociedade cada vez mais mecanizada com o momento do alimentar-se, tirando o prazer de sentar-se à mesa com as pessoas que amamos para a realização de uma refeição de qualidade.

Muitas vezes, quando ao se desacelerar para analisar sobre o que se está comendo são momentos que consideramos chatos, como as dietas para emagrecer ou tratamentos que são associados a pratos sem graça e sem sabor, tornando o fato de prestar atenção e cuidado ao alimentar-se associado a coisas ruins e desagradáveis.

Por isso a criação do hábito de se sentar à mesa e retirar um tempo para saborear uma boa refeição, mesmo na correria se faz importante para criar um vínculo, não só com aqueles que estão sentados à mesa, mas com a comida que é servida, que irá gerar a possibilidade de memórias agradáveis em relação ao ato de se alimentar.

Nesse sentido, o conceito de comfort food traz o debate sobre as sensações e resgates de memórias produzidos durante o ato de se alimentar, ou seja, ao consumir os alimentos as pessoas atentem para o momento presente para se tirar todo proveito possível daquela refeição, não somente no sentido dos nutrientes, mas dos fortalecimentos de vínculos e afetos gerados neste momento.

Assim, o principal objetivo deste artigo é analisar o conceito do termo comfort food, bem como sua influência e impacto sobre as formas de alimentação e criação de vínculos entre as pessoas. Diante disso, elencamos os seguintes objetivos específicos: Levantar os tipos existente, buscando compreender a tendência do comfort food e suas

principais características; entender quais são as sensações que podem ser geradas pelo processo de alimentação das pessoas, de que forma o alimento escolhido pelo comensal pode resgatar memórias de momentos importantes na sua vida, e como o cuidado no momento da alimentação, como o sentar à mesa na condição de mesa posta pode fortalecer os laços familiares e sociais.

A presente pesquisa pode ter sua justificativa no fato em que as relações criadas no momento das refeições pelos seus comensais têm diminuído significativamente devido a correria que se tornou o dia a dia e isso tem gerado impactos em hábitos não saudáveis no campo da alimentação. Nesse sentido, demonstrar a relação que se pode existir entre o consumo de tais alimentos e doenças como a ansiedade e depressão.

## **2. METODOLOGIA**

Diante da problemática apresentada e buscando responder aos objetivos propostos foi realizado um levantamento teórico sobre a temática proposta, sendo, portanto, uma pesquisa qualitativa realizada através de uma revisão bibliográfica buscando compreender essa relação entre o sentir e o alimento.

## **3. REVISÃO TEORICA**

### **3.1. CONCEITO DE COMFORT FOOD**

A comida tem o poder de saciar a fome física porque quando o indivíduo se alimenta, ele ingere o que é necessário para suprir vitaminas, sais minerais, água, nutrientes, dentre outros, segundo CABRAL (2010):

[..]A fome é a sensação fisiológica que se sente quando o organismo necessita de reposição nutricional. A grelina, hormônio liberado pelo estômago quando se encontra vazio, age diretamente no cérebro fazendo com que a sensação de fome seja ativada. Ao ingerimos qualquer alimento, o estômago por sua vez libera PYY que ao agir igualmente no cérebro libera sensação de saciedade. (CABRAL (2010, p.13).



O termo *comfort food* ou *comida afetiva* pode ser definido como "o tipo de alimento que as pessoas comem quando estão tristes ou preocupadas, geralmente comida doce ou comida que as pessoas comem quando crianças" (CAMBRIDGE, 2020).

Sendo entendido que a alimentação pode gerar memórias e bons momentos para aqueles que a consomem, segundo Holanda (2017 P. 12) “não é apenas sobre comida, mais sobre os laços que nos unem, sobre o amor, o afeto, as lembranças que fazem parte da trajetória de todos nós”.

A comida gera memórias. Isso fica bem explanado na animação *Ratatouille* da empresa Pixar<sup>7</sup> que se observa claramente como uma pessoa pode ser transportada a lugares onde a memória afetiva se inicia através de um prato. Esse filme/animação narra a história, em que um rato, Remy (personagem principal), é o cozinheiro de um restaurante e prova cada alimento que ele produz e ao prová-los tem todos os seus sentidos aflorados e lembranças recordadas a cada sabor diferente encontrado no prato confeccionado. Essa relação afetiva com a elaboração das refeições fica evidenciada quando o rato serve um prato, relativamente simples, a um grande crítico gastronômico. Todos achavam que o crítico não aprovaria o prato, devido ao fato de já ter feito críticas negativas ao restaurante, porém ao provar o *Ratatouille*<sup>8</sup>, “Anton Egô”, nome do crítico gastronômico, ele sente-se transportado diretamente para sua infância, onde se viu na cozinha da sua mãe preparando o mesmo prato. A partir dessa vivência afetiva com a comida, sua visão sobre o chefe daquele restaurante mudou. Diante dessa cena, podemos perceber como a comida pode ter o poder de nutrir não somente o corpo, mas a alma e contribuir para uma sensação de agradável de prazer no ato de se alimentar.

Nesse sentido, a comida pode ser preparada para que o comensal sinta além da saciedade da fome, sensações afetivas. Referente a isso Holanda (2017, p. 9) pontua que:

“Comida para mim tem esse papel de resgatar, pelos aromas e sabores, lembranças queridas e, dessa forma, nos conectar com pessoas que fizeram parte da nossa história, mesmo quando elas não estão mais aqui.” (HOLANDA, 2017, p. 9).

Sabemos que a alimentação tem uma grande importância na vida do ser humano, Carneiro (2003, p. 1.) afirma isso quando diz: “A alimentação é, após a respiração e a ingestão de água, a mais básica das necessidades humanas.” Portanto, percebe-se que a alimentação pode estar estritamente relacionada com as emoções. O ser humano se alimenta do que gosta, e isso tem a ver com o que sua cultura preceitua como

possibilidades de alimento, mas também há acentuada influência das emoções neste processo de se alimentar. Afinal, a psicologia já pontua como o contato oral com o seio se torna a primeira conexão de prazer da criança com o mundo.

Podendo não ser refletido apenas no prato, mais desde o lugar onde é retirada a receita como aqueles caderninhos que são passados de geração em geração, que são feitos pelas mães e avós. Para a autora Holanda (2017, p. 37) esses caderninhos de receitas: “É um pedacinho delas [avós; mães], do jeito de ser, pensar, amar, ver o mundo, não é objeto para ficar esquecido no fundo da gaveta. É para estar sempre pertinho, na bancada da cozinha, de onde nunca deveria sair.”

Para muitas pessoas, o simples fato de pensar em um prato favorito evoca associações que combinam imagens, emoções, sentidos e memória numa mistura onde é quase impossível separar os diferentes componentes. Muitas pessoas que tentam mudar seus hábitos alimentares, mas pensando apenas na mudança em bases racionais, terminam caindo em uma armadilha, visto que o ato de comer possui sentidos para além do simples papel nutricional. Por exemplo, a alimentação pode significar um "prazer imediato" e, deste modo, ter uma finalidade de alívio e, portanto, de compensação das emoções tidas como negativas: tristeza, angústia, ansiedade, medo, dentre outras.

É comum compreendermos a utilização de certos alimentos (sobretudo doces) com o propósito de minimizar conflitos existenciais considerados insolúveis por algumas pessoas. Nesse sentido, o alimento pode ser um transportador de afeto, contudo torna-se problema quando está substituindo confrontos, rejeições, dentre outras emoções negativas.

### 3.2 CATEGORIAS DO COMFORT FOOD

Apesar de no inconsciente coletivo todo mundo ter um alimento que traz uma sensação de bem-estar, a definição desse termo começou a ser popularizada já por volta dos anos 2000, principalmente pelo marketing das indústrias alimentícias ao incorporar termos como "caseirinhos" ou "comida da vovó" para trazer a percepção de familiaridade a quem vai consumir. (Kaufman (2017, p. 014).

De acordo com Kaufman (2017, citado por SILVA, 2016, p. 02) o *comfort food* são mais que alimentos para suprir o corpo e a necessidade de nutrientes, e sim são aquelas que proporcionam lembranças e nostalgia, que são trazidas por pratos que a pessoa gosta, seja devido à cultura, ou recordação familiar, dessa forma, associando o prato consumido



a memórias e imagens que não podem ser separados no momento da alimentação e trazem sensação de conforto, alegria, prazer. Essa ideia e conceito surgiu em 1966 quando o jornal Palm Beach Post a utilizou em uma história, mas foi inserida no dicionário em 1977 segundo o Webster's Dictionary como “alimento gratificante, preparado de forma simples e tradicional, que lembra a casa, a família e amigos” e podem ser classificadas como: colocar a classificação.

### 3.2.1 Comida Nostálgica

São aquelas comidas que transportam quem está longe de sua cidade ou país de origem no retorno para casa, por exemplo: um nordestino que se muda para São Paulo e ao consumir um prato, como uma *buchada* ou um *acarajé* busca refazer a conexão com os momentos bons que viveu em sua terra natal e, assim tentar manter a ligação com sua cultura. Outro exemplo refere-se ao consumo de pão de queijo para quem é de Minas Gerais e está fora de sua terra natal. O pão de queijo remete a boas lembranças de momentos vivenciados em sua terra natal.



Figura 1: Pão de Queijo.

### 3.2.2 Comida de Conforto Físico:

Refere-se aquele grupo de comida que traz o prazer ou ajuda na recuperação física, devido sua textura e temperatura. Geralmente, são pratos mais gordurosos como sopa e

canja ou aqueles que mexem com os hormônios da felicidade, proporcionando disposição ou relaxamento como café, açúcar, chá e bebidas alcoólicas.



Figura 2: Canja de galinha.

### **3.2.3 Comidas de Conveniência:**

Esse tipo de alimentos busca a praticidade de acesso por parte de quem vai consumir, geralmente sendo realizado por substituição dos produtos caseiros pelos produtos alimentícios industrializados. O consumo da comida de conveniência também pode estar atrelado a dimensão emocional, pois é incentivado e manipulado pela indústria alimentícia. Essa sabendo das dimensões emocionais do ser humano trabalho com a publicidade associado valor emocional ao produto e, assim estimula o seu consumo. Um exemplo, pode ser as sopas industrializadas, uma comida prática e rápida, mas que pode remeter a memórias da sopa da ‘vovó’.

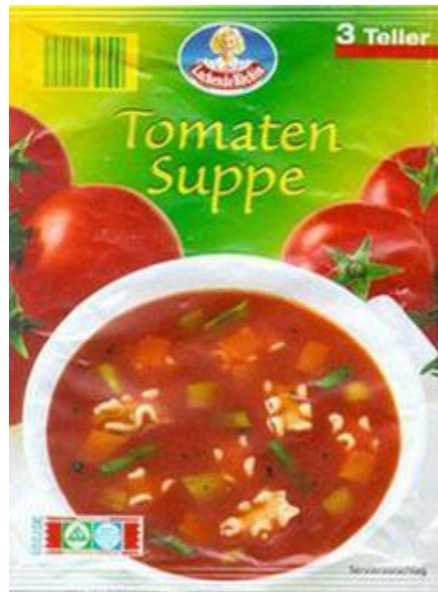


Figura 3: sopa de tomate industrializada.

#### **3.2.4 Comida de Indulgência**

Aquele tipo de comida, totalmente desprovida da preocupação com a saúde, ou seja, quando quem a consome não se preocupa com os valores nutricionais e outros aspectos que podem ser agregados à saúde. Nesse caso, é priorizado o prazer e retirado a sensação de culpa, geralmente está associado a comida denominada de junk food e, portanto, associada somente ao prazer, a praticidade, a suprir a necessidade de acabar com a fome e, uma total exclusão da culpa por não se alimentar com algo que nutre o corpo e seja saudável.



Figura 4: hamburguer com fritas.

### 3.3. MEMÓRIA ALIMENTAR

Segundo Silva (2014, citado por LAMOUNIER, 2018) lembranças afetivas fazem alusão a infância, pois através da boca, a criança tem acesso ao mundo, sendo a alimentação oferecida nesse período, muito importante para o seu desenvolvimento. Mais tarde quanto adulto, é possível que (ainda que inconscientemente) uma pessoa residindo fora de sua terra natal, deseje voltar a esse tempo passado (a infância), ingerindo alimentos específicos para amenizar a saudade e o mergulho na nostalgia. Uma ilustração sobre essa questão refere-se ao poema de Drummond chamado “A Mesa”, descreve um jantar de família que apesar de ser fictício, traz representações reais de histórias do seu passado.

[...] ai, grande jantar mineiro que seria esse, em que comíamos, e comer abria a fome, e a comida era pretexto. E nem precisávamos ter apetite, que as coisas deixavam-se esponejar, e amanhã é que eram elas, nunca desdenhe o tutu. Vá lá mais um torresminho. E quanto ao peru? Farofa há de ser acompanhada de uma boa cachacinha, não desfazendo da cerveja, essa grande camarada (DRUMOND, 1951, p. 293).

No entendimento do conceito *comfort food*, este tipo de alimentação tem a capacidade de fornecer alívio e conforto emocional reforçando de forma marcante através da lembrança, a identidade e sensação de pertencimento de determinado grupo.

A definição do termo *comfort food* depende de conteúdos ligados à história pessoal de cada indivíduo, porém em todos os casos existe a forte ligação com o passado

percebido como uma fase mais feliz do que a realidade vivenciada naquele momento (TEIXEIRA, 2018 apud GIMENES-MINASSE, 2016).

### **3.3.1 A Ligação entre *comfort food*, afeto e memória.**

Segundo o Dicionário online, define-se a palavra “afeto” como “sentimento e emoção que se manifestam de muitos modos” (DICIO, 2020). E há dois sinônimos dessa palavra que define o *comfort food*: apego e amor. O afeto está presente em todas as atitudes do ser humano, isso influencia nas possíveis decisões que ele venha a tomar. Logo a alimentação é um ato de socialização e cultura de cada indivíduo.

A palavra “memória” tem sua explicação no dicionário como “é a faculdade de conservar e lembrar estados de consciência passados e tudo quanto se ache associado aos mesmos.” (DICIO, 2020). E a memória gustativa tem o poder de mostrar através da boca quem o comensal foi e quem é, mesmo que o indivíduo tenha mudado em absoluto seu estilo de comer e viver. Conforme a matéria do jornal *Gazeta do Povo*, a jornalista Carolina (2016) relata em seu artigo que uma chef vegana tirou de seu cardápio preparações com carne há 15 anos, fala que o que coloca em sintonia o coração e o paladar, é a lembrança da torta de sardinha que sua mãe fazia.

Um exemplo de memória e afeto é o pão e o vinho que simbolizam o corpo e sangue de Jesus Cristo, e em sua última Santa Ceia aqui na Terra, deixa um ensinamento: “E tomando o pão e havendo dado graças, partiu-o e deu-lhe, dizendo: Isto é o meu corpo, que por vós é dado; fazei isso em memória de mim.” (BÍBLIA, Lucas, 22:19.) E até os dias de hoje, séculos após esse acontecido, os cristãos seguem o ritual da última Santa Ceia, para conforto e esperança em memória do amor de Cristo.

A relação de afeto, memória e comida é capaz de construir pontes onde palavras não são pronunciadas. Como foi escrito por Holanda (2017, p. 10), “Minha mãe nunca soube falar sobre sentimentos, mas cozinhava divinamente. Então, nossa relação não se construiu pelos abraços, beijos e olhares afetuosos, mas pelo pão de ló, pelos bifes suculentos, pelo suflê.” O afeto da mãe da autora citada anteriormente era colocado em cada preparação que ela fazia, e não precisava de mais nada para que a autora pudesse se sentir amada por sua mãe. Um exemplo de interessante é o doce favorito dos brasileiros nas festas de aniversários, casamentos, dentre outras: o brigadeiro.

O brigadeiro é o doce tipicamente brasileiro, feito à base de leite condensado e cacau em pó e, que tomou o coração do povo brasileiro, se tornando essencial e presente em cada festa e comemoração. O brigadeiro que começou a se popularizar durante uma campanha política, hoje passa a ser recheios de bolos, para comer de colher e ganha sabores variados e exóticos.

Esse doce tão popular, o brigadeiro, e um queridinho dos brasileiros, é um dos maiores representantes do *comfort food*, afinal quem não fica feliz com um prato cheio do doce para se comer de colher? O fato de ser um doce que se pode dividir com quem se gosta e, em momentos de felicidade, ao se consumir sem exagero pode trazer boas memórias além de influência no bem-estar de quem desfrutar na situação como o todo.

Nesse sentido, o exemplo do brigadeiro nos mostra como a comida tem voz e pode contar histórias, assim como relatam Amom e Menasche (2008, p. 17), “Se a comida é uma voz que expressa significados, como a fala, ela pode contar histórias.” Isso mostra que através da comida cria-se histórias que podem ser passadas para gerações futuras, como a receita do bolo que passa de família para família e tem um modo único de preparo, cada família aprende os detalhes da receita produzida pela matriarca e vai perpetuando de geração para geração com riqueza de detalhes.

O brigadeiro, nesse sentido, assim como a torta de banana clássica da vovó, ou o bolo de limão da mãe ou até mesmo a limonada que só o pai sabe fazer são ilustrações de comidas capazes de produzir um certo conforto psicológico e físico. Portanto, Comfort food, ou comida confortante, é um termo que está relacionado a esse conforto emocional e à sensação de prazer gerada a partir do consumo de alguns alimentos.

### 3.3.2. Comfort food à mesa

*Certo homem estava preparando um grande banquete e convidou muitas pessoas. Na hora começar, enviou seu servo para que haviam sido convidados: “Venha, pois tudo já está pronto”*

BÍBLIA, Lucas, 14, 16-17.

Segundo Heitaman (2010) O ato de se arrumar a mesa não pode ser realizado de forma automática, arrumar a mesa é uma demonstração de carinho, seja pra quando está com família e amigos ou apenas sozinho.



[...]Quando separamos tempo para reunir a família em volta da mesa, a presença de Deus nos encontra ali, ele é capaz de operar dentro do coração humano aquilo que não somos capazes. Não faz diferença se sua mesa de jantar é arrumada para dois ou dozes. A presença divina à mesa não depende do número de pessoas, da qualidade da comida, da apresentação, dos pratos ou da arrumação da mesa. (TITUS, 2013 p. 27).

Segundo Azevedo (2019), o ato de sentar-se à mesa com familiares e amigos, pode ser um momento especial de troca de experiências e até presente, com as distrações do dia a dia, como celular, internet, trabalho. Momentos como esses “desligados” podem ser transformadores.

Seu lar pode parecer fragmentado, com cada um indo para direções opostas todas as noites da semana, correndo atrás de diversos interesses. Quando todas as peças da família estão separadas, elas não têm noção do seu valor, mas no momento em que você une as partes quebradas e fragmentadas de sua família ao redor da mesa, tem oportunidade de descobrir os dons únicos de cada um e de experimentar uma extraordinária restauração de valor, muito maior que você poderia sonhar. (TITUS, 2013. p.57).

De acordo com Azevedo (2019), o hábito de se alimentar com a mesa posta<sup>9</sup> e com exímio ao preparo da refeição está ganhando cada vez mais adeptos porque perceberam que não é apenas colocar pratos bonitos, mas sim, buscar o intuito, muito maior, de unir aqueles que se amam ao redor da mesa para desfrutar da companhia e dos momentos que podem acompanhar o ato de se alimentar.



Figura 5: exemplo de mesa posta.

#### **4. ANSIEDADE E DEPRESSÃO E A RELAÇÃO COM A COMIDA**

Neste capítulo não nos deteremos a aprofundar sobre os temas da depressão e ansiedade, mas estabelecer, ainda que brevemente a relação e impacto que o processo de se alimentar pode ter nesses tipos de adoecimentos psíquicos. Sendo assim definiremos brevemente esses transtornos psíquicos, para depois estabelecermos a discussão da relação entre eles e a alimentação.

Segundo Pinnock (2017) a ansiedade é um processo natural e normal da condição humana, pois é um processo importante para a própria sobrevivência e adaptação funcional dos sujeitos. Ao sentir ansiedade em certas situações ajuda aumentar o nível de consciência possibilitando maior reflexão e entendimento da situação vivenciada, bem como a busca da melhor resolução a ser tomada, ou seja, qual a melhor aplicação pessoal, por exemplo decidir se continua e enfrenta o problema ou se dá meia volta e foge. Porém,



quando os processos de ansiedade começam a travar situações do cotidianas, impactando na qualidade de vida do sujeito, já pode ser caracterizado como um transtorno de ansiedade.

[...]O transtorno de ansiedade é um problema crônico. Em vez da ansiedade da momentânea antes de uma situação potencialmente problemática, os doentes se veem quase que constantemente ansiosos. Muitas vezes essa ansiedade é contínua, independentemente da situação. (PINNOCK, 2017, p.17).

A ansiedade excessiva pode se tornar uma doença (CID 10 F41.1), conhecida como transtorno de ansiedade generalizada (dentre outras formas de transtornos de ansiedade). Este quadro faz com que a pessoa apresente sintomas de preocupação e medo extremo diante de situações simples da rotina.

Além disso, grande parte das pessoas com transtornos de ansiedade evitam as situações que podem desencadear sintomas e, com isso, passam a viver de forma muito restrita, como não sair de casa sozinho, não participar de encontros e outros eventos sociais, ficar preocupado com tudo e acabar não fazendo nada, e por aí vai. Quanto mais a ansiedade abala a vida de uma pessoa, maior a chance de ela ficar deprimida. Ansiedade e depressão: doenças únicas, mas que podem andar em conjunto.

Já em relação a depressão, pode-se defini-la de acordo com Organização Pan Americana de Saúde (OPAS, 2016-2017) como:

[...]A depressão é um transtorno mental caracterizado por tristeza persistente e pela perda de interesse em atividades que normalmente são prazerosas, acompanhadas da incapacidade de realizar atividades diárias, durante pelo menos duas semanas. Além disso, pessoas com depressão normalmente apresentam vários dos seguintes sintomas: perda de energia; mudanças no apetite; aumento ou redução do sono; ansiedade; perda de concentração; indecisão; inquietude; sensação de que não valem nada, culpa ou desesperança; e pensamentos de suicídio ou de causar danos a si mesmas (OPAS, 2016-2017, p. 112).

Segundo PINNOCK (2017), a depressão pode ser um mal sorrateiro, pois quando os sintomas surgem somente ocasionalmente, pode levar ao equívoco de confundi-la com um momento de tristeza, que é normal da experiência humana. Por isso, na maioria das vezes, é difícil identificar se a pessoa está deprimida ou não, se encontra-se nas fases iniciais da depressão ou refere-se a um momento de tristeza, é preciso um diagnóstico diferencial, com profissional competente para definir tal condição e

diferenciá-la de um momento de tristeza ou luto. para identificar os altos e baixos normais e os sintomas da depressão.

Definido os transtornos de ansiedade e depressão, apresenta-se agora a relação entre eles e a comida. Como foi dito por Pinnock (apud WOOLF 2017, p. 28) “Ninguém consegue pensar bem, amar bem, dormir bem se não tiver jantado bem”.

De acordo com o site das Organização Food and Behaviour e Research<sup>10</sup> A nutrição pode desempenhar um papel importante no comportamento, nos processos de aprendizagem e no humor das pessoas. Evidências científicas mostram que a dieta é importante não apenas para a saúde física, mas também para o desenvolvimento e funcionamento mental das ideais, bem como para a saúde mental (FAB, 2020). Conforme PINNOCK (2017, p. 11):

[...] O mais interessante, para mim, no entanto é modo como algo relativamente simples como a nutrição pode influenciar profundamente. Só um pequeno ajuste naquilo que comemos no almoço e no jantar já pode influenciar nossa mente nosso humor (PINNOCK, 2017, p. 11).

Diversos estudos que avaliam os hábitos de vida e a alimentação de indivíduos em diferentes partes do mundo têm observado que um padrão alimentar saudável, caracterizado pelo consumo dos nutrientes necessários a condição humana, além de baixa ingestão de açúcares adicionados, pode reduzir o risco de transtornos de ansiedade.

A forma de alimentação influencia o estado de humor e de ansiedade. Mas, cabe destacar que existem alimentos que potenciam negativamente os estados depressivos e ansiosos, bem como nutrientes e alimentos que podem melhorar o humor das pessoas. Pesquisas tem mostrado que alguns alimentos estão relacionados com a depressão e ansiedade e, existem nutrientes que podem melhorar a sintomatologia, o papel dos neurotransmissores no nosso organismo, alimentos que potenciam um bom estado de humor, interações fármaco-nutriente, sugestões para uma melhor qualidade de vida.

Os pesquisadores, no entanto, ainda não chegaram a um consenso sobre o que vem primeiro nessa história. Isso porque, ao mesmo tempo que a alimentação desequilibrada favorece o surgimento de sintomas de ansiedade e depressão, observa-se que pessoas com transtornos mentais geralmente fazem escolhas alimentares ruins.

Por exemplo, a ansiedade gera um desequilíbrio da serotonina, desregulando algumas funções normais do organismo. Dessa forma, é muito comum que os sujeitos procurem combater a ansiedade utilizando a comida como uma válvula de escape, e até a

alimentação exagerada. A finalidade do uso da comida é para buscar controlar a ansiedade, bem como reprimir outros sentimentos.

Mas, o que nos interessa mais neste debate refere-se à relação afetiva com o alimento. Cabe destacar que o ambiente tranquilo, com uma alimentação saudável e com vínculos afetivos e que possibilitem fortalecimentos sociais. Criar um ambiente de mesa posta, de produção de alimentos preferido pelas pessoas pode gerar um clima agradável tanto no ato de se nutrir melhor, quanto no “alimento para alma”, produzindo laços solidários, de convívio e harmonia o que é positivo para as pessoas com tais transtornos e podem colaborar no sentido do enfrentamento de tais transtornos.

#### 4.1. ALIMENTOS QUE CURAM

O corpo humano é composto por inúmeros sistemas e mecanismos que ajustam não apenas o funcionamento físico, mais também o mental e para que isso ocorra de forma correta, se faz necessário que estejam recebendo os nutrientes corretamente com a finalidade de manter a saúde em dia (PINNOCK 2017).

A lista dos nutrientes necessários na alimentação é extensa, grande parte podendo ser obtida por meio da alimentação, outros precisam ser suplementados. Alguns desses nutrientes são: Ômega 3, EPA, DHA e podem se conseguir por meio do consumo de peixe como anchova, arenque e Salmão. A combinação desses alimentos de forma correta, traz o ajuste necessário ao corpo e também a mente, gerando uma possibilidade de saúde integral do ser humano. Segundo Pinnock (2017, p. 40, citando por ALI, 2017) “O que comemos e bebemos afeta não só o nosso bem-estar físico, mas nosso estado mental. Eu sempre digo: declarar que a mente domina a matéria e subestimar a matéria”

O paciente com depressão pode ser ajudado através da nutrição ao consumir produtos como peixes gordurosos para obter ácido graxo, carne de peru, espinafre para conseguir triptofano, além de realização de suplementação com ômega 3. E para as pessoas portadoras de ansiedade o ideal é consumir verduras folhosas, peixes ricos em ômega 3, castanhas, proteínas e carboidratos de boa qualidade, e suplementação de magnésio. Esses alimentos irão ajudar no equilíbrio hormonal ajudando na redução dos sintomas e sendo coadjuvante no tratamento (Pinnock, 2017).

Além dos alimentos que nutrem o corpo para funcionamento correto, existem aqueles que alimentam a alma, esses alimentos auxiliam na sensação de um conforto

físico e psicológico. Os *comfort food* são esse tipo de alimentos, que geram uma sensação de bem estar, pois evocam através de um cheiro ou uma lembrança de que vai ficar tudo bem. Não só no consumo mais também durante o seu preparo, pois cozinhar é considerado uma terapia para muitos.

[...] Quando a solidão apertava demais, eu gostava de fazer *mungunzá* ou *canjica*: doce está com milho branco e leite de coco, o milho cozinha lentamente e o cheiro do leite de coco levanta fervura e vai enchendo o ambiente. Eu adorava sentir esse aroma por horas[...] assim o perfume da canjica chega sorrateiro, eu me deixava ser guiada pelo tempo das coisas - não da ansiedade rainha perversa que cultivava cômodos dentro de mim. Aquele era o meu momento de acalmar, de me reconstruir, de me fortalecer. (HOLANDA, 2017, p. 28)



Figura 16: alimentos funcionais que ajudam na depressão.

O conteúdo do prato não serve simplesmente para eliminar a fome, através da comida oferecida ao corpo, são ofertados também nutrientes fundamentais ao seu bom funcionamento. Assim, a alimentação adequada deve fornecer essas substâncias na quantidade ideal para manter o sistema em equilíbrio, ou seja, a produção de as saúde e qualidade de vida.

Uma pessoa é um grande e complexo sistema bioquímico. As células do ser humano são constituídas por substâncias e dependem da interrelação com muitos outros

elementos para seu funcionamento perfeito. A compreensão desse princípio, percebe-se o quanto a ingestão de alimentos interfere na saúde das pessoas e, portanto, é possível estabelecer uma relação entre depressão/ansiedade e alimentação.

Pesquisas tem demonstrado que existem micronutrientes (vitaminas, minerais, etc.) podem desempenhar um papel fundamental no tratamento de diferentes transtornos psiquiátricos. Neste sentido, o sucesso da cura por meio da nutrição tem sido evidenciado em muitas pesquisas. Portanto, espera-se que a terapia nutricional, que hoje em dia é considerada como um método alternativo, deixe de ser alternativo. Afinal, o que muitos pesquisadores têm pontuado é que a mudança de hábitos alimentares não atua como coadjuvante no processo de restauração da saúde mental. A alimentação não é o único recurso, mas tem desempenhado uma função de destaque na prevenção e combate à depressão e ansiedade, por exemplo.

## 5. CONCLUSÃO

Este trabalho possibilitou entender como é o conceito do comfort food e os variados tipos que existem e como o sentar à mesa pode proporcionar o aumento da sensação de conforto provocada por dividir esses momentos e alimentos com quem se gosta.

Para se conseguir atingir um entendimento sobre o termo escolhido, definiram-se três objetivos específicos. O primeiro, entender quais são as sensações que podem ser causadas, o segundo, de que forma o alimento escolhido pelo comensal pode resgatar memórias de momentos importantes, e o terceiro, como o sentar à mesa, como a situação de mesa posta pode fortalecer os laços.

Após conseguir obter os objetivos pré-determinados, através de coleta de material em artigos, livros sites entendeu-se que o comfort é um meio de se fazer as pessoas resgatarem memórias afetivas através do consumo de um alimento que lembre um momento especial, seja comendo um doce como o brigadeiro ou preparando um peru de natal, e assim reforçando a ideia de que dividir momentos importantes com familiares durante uma refeição, ou mesmo através do preparo torna os laços afetivos mais fortes. Cabe destacar que o conceito de comfort food surgiu em contrapartida à mecanização no preparo e a forma de consumir os alimentos. Os adeptos desse movimento acreditam que não só o que se come, como também a maneira como se come, pode gerar influências na



saúde das pessoas. Nesse sentido, um prato com sabor de infância, degustado com muito prazer e bons sentimentos, contribui para auxiliar em processos hábitos saudáveis.

Ficou evidenciado que o comfort food, estimula as memórias boas, preza pelos ingredientes saudáveis e apresenta pratos simples e gostosos. Contribuindo enormemente para construção de cuidados e atenção em relação ao que se come e a forma como se alimenta. Essa relação com o ato de se alimentar com um exímio cuidado e atenção possibilita uma melhoria na qualidade de vida das pessoas, principalmente diante de um cenário que tem gerado grande correria e estresse em várias esferas da vida.

No entanto, mas pesquisas precisam ser realizadas para aprofundamento desta temática. Espera-se, que mesmo de forma modesta, esse material possa contribuir para pesquisas futuras sobre o comfort food, a fim de aprofundamento do conhecimento obtido.

## REFERÊNCIAS

AZEVEDO, I. O que é mesa posta para você? In: IG Delas. São Paulo, 06 de junho de 2019. Disponível em: O que é mesa posta para você? Saiba tudo na nova coluna do iG - Beluquices - Mesa posta por Isabela Azevedo - iG. Acesso em: 27 de novembro de 2020.

BLAKEMORE, E. Conheça a verdadeira e doce história do chocolate. In: National Geographic. São Paulo, 13 de novembro de 2018. Disponível em: [em:https://www.nationalgeographicbrasil.com/-doce-historia-chocolate-cacau-criollo-maias-amazonia](https://www.nationalgeographicbrasil.com/-doce-historia-chocolate-cacau-criollo-maias-amazonia). Acesso em 29 de novembro de 2020.

CARVALHO, A. "Vote no Brigadeiro, que é Bonito e Solteiro": A curiosa origem da sobremesa mais popular do Brasil. In: aventuras na história. São Paulo, 29 de setembro de 2019. Disponível em: <https://aventurasnahistoria.uol.com.br/noticias/almanaque/vote-no-brigadeiro-que-e-bonito-e-solteiro-curiosa-origem-da-sobremesa-mais-famosa-do-brasil.phtml>. Acesso em 20 de novembro de 2020.

COSTA, A. T. O cacau é show - deliciosas histórias do mundo do chocolate. São Paulo: ed. Do autor 2008.

GREENWOOD, D. História do cacau. In: Couer de Xocolat, 2015. Disponível em: <https://www.coeurdexocolat.com/1615---1662>. Acesso em 29 de novembro de 2020.

DALMIR, J. R. História da marca: leite moça. In: Propagandas Históricas. São Paulo, 10 de maio de 2014. Disponível em <https://www.propagandashistoricas.com.br/2014/05/historia-da-marca-leite->



moca.html#:~:text=Somente%20durante%20a%20Segunda%20Guerr. Acesso em 30 de novembro de 2020.

INSTITUTO DE PSIQUIATRIA DE SÃO PAULO. Ansiedade e compulsão alimentar como lidar. São Paulo, 10 de julho de 2020. Disponível: <https://psiquiatriapaulista.com.br/ansiedade-e-compulsao-alimentar-na-quarentena-como-lidar/>. Acesso em 29 de novembro de 2020.

LOBO, R. Chocolate dos padres. In: Panelinha. São Paulo, 03 de fevereiro de 2007. Disponível em: <https://www.panelinha.com.br/blog/ritalobo/Chocolate-dos-padres>. Acesso em 29 de novembro de 2020.

MEIRELLES, P. V. M. O mais popular dos doces brasileiros": história crítica do brigadeiro. Revista do Corpo Discente do PPG- História da UFRGS, pp. 330-354, 2019.

NOGUEIRA, I. Minha mãe fazia. Rio de Janeiro: Rocco, 2017.

ORGANIZAÇÃO PAN AMERICANA DE SAÚDE. Depressão: o que você precisa saber. In: OPAS. São Paulo, (2016-2017). Disponível em: [https://www.paho.org/bra/index.php?option=com\\_content&view=article&id=5372:depressao-o-que-voce-precisa-saber&Itemid=822](https://www.paho.org/bra/index.php?option=com_content&view=article&id=5372:depressao-o-que-voce-precisa-saber&Itemid=822). Acesso em 28 de novembro de 2020.

POLLYANA, B. Qual foi o primeiro chocolate do mundo? In: Estudo Prático. São Paulo, 06 de abril de 2018. Disponível em estudo prático: <https://www.estudopratico.com.br/qual-foi-o-primeiro-chocolate-do-mundo/>. Acesso em 25 de novembro de 2020.

TITUS, D. A experiência da mesa. Orlando: Graça editorial, 2009.