



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
UNIVERSIDADE FEDERAL DO PIAUÍ – UFPI
PRÓ-REITORIA DE PESQUISA E PÓS-GRADUAÇÃO -PRPPG
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ALIMENTOS E NUTRIÇÃO - PPGAN

ANA CLAUDIA CARVALHO MOURA

**O MERCADO PÚBLICO DE TERESINA: A LÓGICA DAS ESCOLHAS
ALIMENTARES DETERMINANTES NO COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR
DO MERCADO DA PIÇARRA**

TERESINA (PI), 2019

ANA CLAUDIA CARVALHO MOURA

**O MERCADO PÚBLICO DE TERESINA: A LÓGICA DAS ESCOLHAS
ALIMENTARES DETERMINANTES NO COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR
DO MERCADO DA PIÇARRA**

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

Orientadora: Profa. Dr^a Cecília Maria Resende Gonçalves de Carvalho

Área: Nutrição e Saúde

TERESINA (PI), 2019

ANA CLAUDIA CARVALHO MOURA

**O MERCADO PÚBLICO DE TERESINA: A LÓGICA DAS ESCOLHAS
ALIMENTARES DETERMINANTES NO COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR
DO MERCADO DA PIÇARRA**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Alimentos e Nutrição da Universidade Federal do Piauí-UFPI, como requisito parcial para obtenção do título de Mestre em Alimentos e Nutrição.

Aprovada em: ___/___/___

Banca Examinadora:

Profa. Dr^a Cecília Maria Resende Gonçalves de Carvalho– UFPI/PPGAN
Presidente

Profa. Dr^a Lila Cristina Xavier Luz- UFPI
1^o examinador

Profa. Dr^a Suzana Maria Rebêlo Sampaio da Paz-UFPI
2^o examinador

Profa. Dr^a Marize Melo dos Santos-UFPI/PPGAN
Suplente

DEDICATÓRIA

“Porque Dele e por Ele, e para Ele, são todas as coisas.”

Romanos 11:36

AGRADECIMENTOS

A Deus, razão maior do meu caminhar, por cuidar tão bem de mim, me permitir chegar até aqui com saúde e colocar pessoas especiais em minha trajetória.

À professora Cecília Maria Resende Gonçalves de Carvalho, por ter aceitado me orientar, ter compartilhado seu vasto conhecimento, pelo convívio amistoso, por sempre estar disponível quando precisei. Levarei comigo todos os ensinamentos e o exemplo de pessoa que você é. Agradeço de coração toda a sua contribuição para o meu crescimento pessoal e profissional.

Às professoras Lila Cristina Xavier Luz e Suzana Maria Rebêlo Sampaio da Paz, por terem aceitado participar da minha banca e pelas contribuições que serviram para o enriquecimento dessa dissertação.

À professora Martha Teresa Siqueira Marques Melo, por ter caminhado lado a lado comigo nessa jornada, por me inserir no objeto do seu estudo, ter sido uma mola propulsora que sempre me empurrou pra frente, quando o que eu mais queria era desistir. Serei eternamente grata à senhora, por ter me ensinado mais do que eu poderia aprender, és um exemplo de pessoa e profissional, tens o meu respeito e total admiração.

Aos graduandos de Nutrição e do Programa de Ensino Tutorial, Dorinha, Sabrina, Beatriz e Danley, por terem me ajudado na coleta dos dados, em especial a Bianca pela dedicação e empenho.

Aos funcionários e comensais do Mercado da Piçarra que sempre foram muito receptivos e foram fundamentais para o desenvolvimento dessa pesquisa, em especial a Glorinha e a Dona Domingas, exemplos de simpatia.

Às amigas construídas na turma PPGAN (2017-2019) Rosana, Fabrícia, Ana Karine, Amanda, Vanessa, Michele e Maria Márcia. Tudo foi mais fácil porque vocês estavam comigo. Em especial a Rosana, que tive oportunidade de conhecer, quando o mestrado era apenas um sonho pra nós, obrigada pela amizade, por fazer parte dos meus sonhos e da minha realidade.

Aos funcionários do Departamento de Nutrição da UFPI, Sra. Máisa de Jesus Oliveira Silva, Sr. Osvaldo Pereira de Santana por serem sempre muito solícitos, generosos e empáticos.

Às minhas amigas do Restaurante Universitário- UFPI, Jaudimar, Sueli e Camila, pelo convívio amistoso, pelos ensinamentos e trocas diárias e pela

compreensão despendida a mim quando não pude exercer minhas atribuições com eficácia.

À Universidade Federal do Piauí, que sempre se mostrou essencial em minha vida acadêmica e profissional, minha segunda casa, instituição que me permitiu concluir duas graduações, o mestrado e da qual me orgulho em trabalhar, buscando dar sempre o melhor de mim, da UFPI para a UFPI.

À minha família, minha filha (Ana Lívia), meu marido (Kelson) por me mostrarem que mesmo que os ventos soprem contra a correnteza, tudo segue seu fluxo e mesmo diante das maiores dificuldades, conseguir ou não fazer algo, na maioria das vezes, só depende de você. Obrigada por todo amor, companheirismo e fortaleza, meus queridos.

À minha mãe, meu alicerce, Augusta, por todo amor, dedicação e sacrifícios em prol da minha felicidade. Agradeço a Deus por ter sido escolhida pra ser sua filha. Obrigada por ter me educado tão bem e ser inteiramente responsável pela pessoa que eu sou hoje. Tens o coração bem maior que sua limitação física, essa conquista também é sua, pois a senhora é meus pés e minhas mãos.

Ao meu irmão, Cláudio Augusto, por sempre me orientar e apoiar minhas decisões, por nele ter a certeza de alguém que posso sempre contar, uma pessoa ímpar, de alma nobre, um exemplo a ser seguido.

Ao meu sogro, Américo, (*in memoriam*), que me ensinou que para as dores da vida, rir é sempre o melhor remédio, saudades da sua gargalhada.

RESUMO

INTRODUÇÃO: Os mercados públicos são ambientes culturais ainda pouco explorados no que diz respeito à culinária, às preparações servidas e às práticas alimentares dos comensais que os frequentam. Nesse contexto, o estudo dos determinantes da escolha alimentar permite maior conhecimento a respeito dos principais fatores que direcionam a conduta alimentar em tais locais. **OBJETIVO:** Analisar os determinantes associados à escolha alimentar por parte de indivíduos que frequentam os restaurantes do mercado público da Piçarra. **METODOLOGIA:** Pesquisa de natureza transversal, constituída por 198 adultos, de ambos os sexos, maiores de 19 anos de idade e comensal do mercado público da Piçarra. As variáveis investigadas foram: sexo, idade, etnia, estado civil, escolaridade, renda familiar, profissão e procedência. As informações de saúde levantadas foram o diagnóstico de doenças crônicas não transmissíveis, a prática de atividade física, ingestão de bebidas alcólicas, uso do tabaco e autopercepção sobre saúde. Os determinantes da escolha alimentar foram avaliados pelo *Food Choice Questionnaire*, validado para a população brasileira, com ênfase no alimento e no indivíduo. **RESULTADOS:** A maioria das pessoas abordadas era do sexo masculino, com idade entre 30 e 39 anos, identificada como pardos, em convívio com companheiro, com ensino superior completo, renda mensal inferior a dois salários mínimos, residentes em Teresina. A maioria não apresentava doenças, praticava atividade física, não fumava, avaliou a sua saúde como boa, frequentava o mercado raramente e fazia refeições no mesmo restaurante, com companhia. O almoço era a principal refeição realizada e a panelada a preparação mais servida. O sabor dos alimentos foi o atributo mais valorizado. O preço, a qualidade das preparações, os aspectos higiênicos e os restaurantes foram avaliados como bons. Quanto aos determinantes da escolha alimentar, o apelo sensorial, o preço e a saúde foram considerados os mais importantes. **CONCLUSÃO:** O mercado público da Piçarra constitui-se em um espaço dotado de simbolismo e replicador da cultura local, fornece à população produtos e pratos típicos da região de valoração pelos comensais. Além disso, favorece socialização e comensalidade entre os usuários do serviço de alimentação, que dentre diversos atributos são atraídos principalmente pelo sabor das preparações servidas, pela praticidade em encontrar o alimento pronto para o consumo e pelo baixo custo das refeições.

Palavras-chaves: Alimentação coletiva; Hábito alimentar; Restaurantes.

ABSTRACT

INTRODUCTION: Public markets are cultural environments underexplored with regard to their cuisines, the preparations served, and their diners' eating practices. In this context, the study of food consumption determinants allows a broader knowledge of the main factors that guide food choices in such places. **OBJECTIVES:** To analyze the determinants associated to the food choices of individuals who attend the public market restaurants. **METHODOLOGY:** Transversal research conducted through a quantitative, descriptive and analytical approach. The study target audience consisted of 198 adults from both sexes, aged +19, all usual diners of the market. The variables investigated were: gender, age, ethnicity, marital status, educational background, family income, occupation and origin. The health information collected was the chronic diseases not transmissible diagnosis, physical activity, alcohol intake, tobacco use and self-perception of health. The determinants of Food Choice Questionnaire with emphasis on food and in the individual. **RESULTS:** Most participants were male, aged between 30 and 39, pardo Brazilian, married, with a college degree, monthly income below 2 Brazilian minimum wages and lived in the city of Teresina. As for the health profile, most participants did not present illnesses, were physically active, did not smoke and evaluated their overall health as good. As for the characteristics of the place, most diners often attended the market rarely, and would dine in the same restaurant, accompanied. Lunch was the main preparation held and *panelada* the most served one. The main reason to eat at the market was the taste of the food. Regarding the diners' perceptions of the environment, most rated the price, the quality of the preparations served, hygiene, and the place's evaluation as good. Concerning the determinants of food consumption, food choice, sensory appeal, price and healthiness were considered the most important ones. **CONCLUSION:** In face of what was found, it is notable that public markets are spaces endowed with symbolism and replicators of the local culture, since they provide the population with typical products and foods of the region, of value for diners. In addition, they favor the socialization and commensality among food service users, who are mainly attracted by the taste of the preparations served, the practicality in finding food ready for consumption and the low cost of the feed.

Key-words: Collective feeding; Food habit; Restaurants.

LISTA DE FIGURAS

1. Modelo de Preferências Alimentares proposto por Gains	18
2. Modelo Conceitual do Processo de Escolha Alimentar	19
3. Determinantes da escolha alimentar relacionadas ao alimento, indivíduo e ambiente	25
4. Reforma do Setor de Alimentação do Mercado da Piçarra	32
5. Espaço improvisado pela Prefeitura para o Setor de Refeição durante a Reforma do Mercado da Piçarra	33
6. Setor de Refeição do Mercado da Piçarra após Reforma	33
7. Preparações mais consumidas no almoço por participantes da pesquisa	46
8. Preparações mais consumidas no café da manhã pelos participantes da pesquisa	46

LISTA DE TABELAS

1	Categorização por sexo das variáveis sociodemográficas da população entrevistada.	41
2	Categorização das variáveis referentes à saúde e estilo de vida dos participantes da pesquisa.	42
3	Distribuição de características específicas dos participantes da pesquisa em relação ao ato de consumir refeições no mercado.	44
4	Percepção do serviço de alimentação oferecido no mercado por usuários.	45
5	Avaliação por média das principais dimensões determinantes da escolha alimentar em participantes da pesquisa segundo sexo.	47
6	Avaliação por média das principais dimensões determinantes da escolha alimentar em participantes da pesquisa segundo escolaridade e renda.	48
7	Avaliação por média das principais dimensões determinantes da escolha alimentar em participantes da pesquisa segundo idade.	49

LISTA DE ABREVIATURAS

CA	Comportamento Alimentar
DCNT	Doenças Crônicas não Transmissíveis
EA	Escolha Alimentar
HÁ	Hábito Alimentar
MP	Mercado Público
MPP	Mercado Público da Piçarra
PA	Padrão Alimentar
POF	Pesquisa de Orçamento Familiar

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	13
2 REVISÃO DE LITERATURA	17
2.1 Hábitos e Escolhas Alimentares	17
2.2 Comportamento Alimentar	20
2.3 Mudanças no Padrão Alimentar Brasileiro	21
2.4 Determinantes de Escolha Alimentar	25
2.5 Mercados Públicos	28
2.6 O Mercado Público da Piçarra	31
3 OBJETIVOS	35
3.1 Objetivo Geral	35
3.2 Objetivos Específicos	35
4 METODOLOGIA	36
4.1 Desenho de Estudo	36
4.2 Locais da Pesquisa e Critério de Elegibilidade	36
4.3 População e definição do tamanho da amostra	36
4.4 Procedimentos para coleta de dados	37
4.4.1 Perfil dos Comensais	37
4.4.2 Avaliação dos Determinantes da Escolha Alimentar	38
4.5 Análise Estatística	38
4.6 Aspectos Éticos	39
5 RESULTADOS	40
5.1 Perfil dos Comensais	40
5.2 Características referentes ao mercado e ao usuário	43
5.3 Preparações mais consumidas	45
5.4 Análise dos Determinantes da Escolha Alimentar	47
6 DISCUSSÃO	50
7 CONCLUSÕES	59
8 SUGESTÕES E CONTRIBUIÇÕES	60
8.1 Sugestões	60
8.2 Contribuições	60
REFERÊNCIAS	61
ANEXOS	67

Anexo 1	67
Anexo 2	68
APENDICES	72
Apêndice A	72
Apêndice B	78

1 INTRODUÇÃO

A humanidade desde os primórdios da civilização enfrenta modificações significativas em sua dieta, estilo de vida e composição corporal, observando-se a substituição de alimentos básicos por produtos processados e o aumento dos índices de sedentarismo. Nesse sentido, a alimentação humana e o estado nutricional sofreram uma sequência de grandes mudanças no que diz respeito ao Padrão Alimentar (PA) e as respectivas doenças relacionadas com a nutrição. Tais modificações, decorrentes da urbanização, modernização e globalização ocorridas desde a última metade do século XX caracterizam o processo de transição nutricional, no qual ocorre declínio do percentual da população com subnutrição e aumento do excesso de peso e obesidade, o que conseqüentemente, afeta o perfil de saúde dos indivíduos (MISSAGIA, 2012; VAZ, 2014, DE QUEIROZ, 2017).

Todas essas transformações contribuíram para uma série de mudanças nos hábitos alimentares, incluindo as escolhas dos alimentos e locais das refeições (MACHADO, 2014). Dentre as principais alterações no PA destaca-se o progressivo abandono das dietas tradicionais e o aumento do consumo de alimentos industrializados, o que levou a maior ingestão de carboidratos refinados, adoçantes, produtos de origem animal, gorduras saturadas e hidrogenadas, que estão relacionados ao aumento de Doenças Crônicas não Transmissíveis (DCNTs) (GODINHO, 2016; MISSAGIA, 2012). Além disso, é observado o crescimento da alimentação fora do domicílio e aumento do número de estabelecimentos do setor de alimentação fora do lar, com destaque para o crescimento de restaurantes, *fast foods* lojas de conveniência, padarias entre outros (BEZERRA, 2017; DE QUEIROZ, 2017; BRASIL, 2010).

A Escolha Alimentar (EA) é um processo complexo que envolve fatores socioculturais e psicológicos, além de estar relacionada ao meio ambiente, história individual e personalidade de um indivíduo ou de uma população. Desse modo, o Comportamento Alimentar (CA) não envolve apenas a escolha dos alimentos em si, mas tudo que esteja relacionado à alimentação cotidiana, sendo resultado da interação entre o consumo alimentar, seus determinantes e diversos outros fatores (ESTIMA, 2012; MOTA, 2012).

Estudar o CA consiste em analisar indivíduos e grupos nas suas especificidades e a forma como selecionam, adquirem e consomem alimentos e serviços com a finalidade de satisfazer as suas necessidades (MISSAGIA, 2012).

O ato de se alimentar, não se limita apenas a saciar a fome e atender necessidades nutricionais, não é um mero ato fisiológico, mas carrega consigo todo um simbolismo. Antes de tudo, comer é um ato sociocultural alicerçado em significados, que remete a comportamentos e fatores próprios e intrínsecos a cada indivíduo. O conhecimento das influências que regem e determinam o CA é bastante importante para a atuação de profissionais da área de saúde, no sentido de promover mudanças alimentares que visem manutenção, recuperação e a promoção da saúde.

A típica culinária regional está presente nos Mercados Públicos (MPs) e oferece aos moradores locais e aos turistas, pratos que se preservaram ao longo do tempo, fazendo com que tais ambientes adquiram uma identidade culinária própria, e que hábitos, costumes e tradições estabeleçam uma relação entre o passado e presente. Nesse sentido, mesmo com o processo de transformações sociais e as influências da globalização, os mercados possuem uma identidade culinária que é mantida e valorizada (SILVA, 2014).

As práticas alimentares do consumidor em ambientes de mercado implicam em hábitos já constituídos, influenciados pelas diversas opções de preparações rotineiramente disponíveis em estabelecimentos fora do lar. Nesse contexto, os estudos direcionados ao entendimento acerca dos atributos determinantes da EA, seja referentes as dimensões relacionadas ao alimento, quanto aquelas relacionadas a questões do indivíduo são ainda pouco explorados. Logo, o estudo sobre os determinantes da EA é uma preocupação e um campo de interesse da área de nutrição diante do cenário epidemiológico, do paradigma do capitalismo e da globalização atual, que impõe ritmo acelerado aos processos sociais, em especial, aqueles relacionados à vida laboral, fazendo com que indivíduos passem a maior parte do tempo fora da casa, impedindo-os de produzirem e se alimentarem de forma mais tranquila.

A ideia de pesquisar os determinantes de escolhas alimentares em um mercado público, localizado no Bairro Piçarra, partiu da necessidade de explorar melhor esse tipo de ambiente cercado de cultura e tradição. O Mercado Público da Piçarra (MPP) foi escolhido por ser referência na área de alimentação popular,

principalmente no que diz respeito à comercialização de pratos típicos da região, além de patrimônio histórico e cultural. Localizado na zona sul, o Mercado da Piçarra existe como mercado há mais de 40 anos, quando se iniciou, na região, uma feira, conhecida como Mercado da Lama, situada onde hoje está o Centro Comercial da Piçarra.

Atualmente o mercado comporta cerca de 140 permissionários, funciona todos os dias inclusive aos feriados. Porém, durante a semana fica aberto ao público das 4h às 15h, e aos finais de semana de 3h às 15h.

Assim, é nesse contexto que se objetiva analisar determinantes associados à escolha alimentar por parte de indivíduos que frequentam os restaurantes desse mercado. Para tanto, valeu-se de pesquisa de natureza transversal, constituída por meio da aplicação de questionário junto a 198 adultos. Também foram realizadas diversas visitas ao mercado, para encontrar as pessoas e conversar com elas acerca do mercado, a produção de alimentos com os permissionários e as motivações para a escolha de alimentos pelos consumidores.

A partir do conhecimento obtido, espera-se concretizar um novo saber acerca do tema em questão, que poderá contribuir para elaboração de propostas educativas que sejam efetivas quanto à modificação de Hábito Alimentar (HA) e promoção de saúde.

O interesse pelo tema dessa pesquisa surgiu a partir da aproximação da pesquisadora com o serviço de alimentação em um restaurante universitário que atende um público diversificado. Diante dessa trajetória profissional, da necessidade de compreender os motivos que levam a escolha alimentar do consumidor e a possibilidade da aproximação com o estudo de um projeto de tese, surgiram algumas indagações no âmbito do estudo dos determinantes de escolha alimentar. A ideia era buscar um melhor entendimento dessas questões, muito também pela ausência de informações em pesquisa social acerca do assunto em um cenário que se apresenta cada vez mais repleto de indivíduos que procuram por refeições fora de casa.

Frente a essas questões, o presente trabalho destaca os fatores determinantes de escolha alimentar que se apresentam no cotidiano do consumidor de alimentos em um mercado público.

Além desta introdução, em que é apresentado o tema da pesquisa e a justificativa de escolha. A dissertação traz um capítulo sobre o referencial teórico

pesquisado, que aborda temas referentes à conduta alimentar, como hábito, escolha, comportamento e determinantes de escolha alimentar, bem como de espaços tradicionais voltados à alimentação que são os mercados públicos, e por fim a trajetória do Mercado da Piçarra desde o seu surgimento até os dias atuais, além de traçar um panorama das mudanças ocorridas na alimentação do brasileiro. O capítulo dois faz referência às estratégias metodológicas utilizadas, abordando os aspectos referentes à coleta de dados, os instrumentos, sujeitos da pesquisa, além de análise estatística e os aspectos éticos levados em consideração para o desenvolvimento desse estudo. No capítulo três, são apresentados os resultados e discutidos, e por fim as conclusões, sugestões e contribuições desse estudo.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 Hábitos e Escolhas Alimentares

O ato de se alimentar é uma ação concreta, que diz respeito tanto a incorporação de alimentos, quanto de seus significados, transcendendo as características biológicas e de sobrevivência. As práticas alimentares situam-se na esfera da cultura e tem diversos significados sociais e emocionais, envolvendo inúmeros elementos e associações capazes de consolidar a posição de um ser social e suas relações cotidianas, que interferem tanto nos hábitos quanto nas escolhas e preferências alimentares individuais. As escolhas alimentares são veículos de formação de hábitos alimentares e influenciam significativamente a condição de saúde ao longo da vida. Diversos fatores interagem com o curso da vida, os eventos e as experiências e resultam nas preferências individuais que por sua vez moldam o CA. (AZEVEDO, 2017; CARDOSO, 2015; MACHADO et al, 2014; MENDES-NETTO, 2013; ESTIMA, 2012).

A formação dos hábitos alimentares sofre influência de fatores fisiológicos e ambientais, se dá início desde a gestação e amamentação e se modifica ao longo do tempo, conforme exposição a um conjunto de fatores. É na infância que a EA é despertada, por meio de sensações (tátil, olfativa, gustativa) sobre o que se come, associada ao jogo múltiplo de atrações e repulsas, sendo também associado às lembranças de cada indivíduo. Dentre os fatores fisiológicos envolvidos nessa fase da vida, merece destaque as preferências pela doçura e sabor salgado e a rejeição pelos sabores azedo e amargo. Com relação aos fatores ambientais podemos destacar o contexto social, econômico, cultural e comportamental no qual o indivíduo está inserido (VALLE, 2007; DEFANTE, 2015; MACHADO, 2014).

O HA corresponde à adoção de um tipo de prática que tem a ver com os costumes estabelecidos tradicionalmente que se perpetuam por gerações, no qual os indivíduos, respondem a pressões sociais e culturais, selecionam, consomem e utilizam porções da parcela de alimentos disponíveis, correspondendo à atitude do sujeito frente ao alimento. Já a EA diz respeito à todas decisões, conscientes e inconscientes, que o indivíduo toma no momento de adquirir, de consumir ou em qualquer outro momento entre estes dois (VAZ, 2014; CARVALHO, 2016; PEREIRA, 2015).

Entender as preferências alimentares individuais é um processo complexo que vai muito além de descobrir o os gostos, sendo necessária a compreensão dos motivos que levam as preferências. Devemos considerar que os alimentos possuem características sensoriais, composição nutricional, imagens, embalagens e custos. As características do consumidor, tais como personalidade, humor, *status*, cultura e hábitos influenciam seus comportamentos em relação a diferentes alimentos; sem falar que o alimento é consumido em um contexto específico, que abrange: onde, como, quando, com quem e como o indivíduo se alimenta, como proposto no modelo de Gains,1999, melhor analisado na figura a seguir (ALVARENGA, 2015; MISSAGIA, 2012)

Figura 1. Modelo de Preferências Alimentares proposto por Gains, 1999.



Fonte: Alvarenga, 2015.

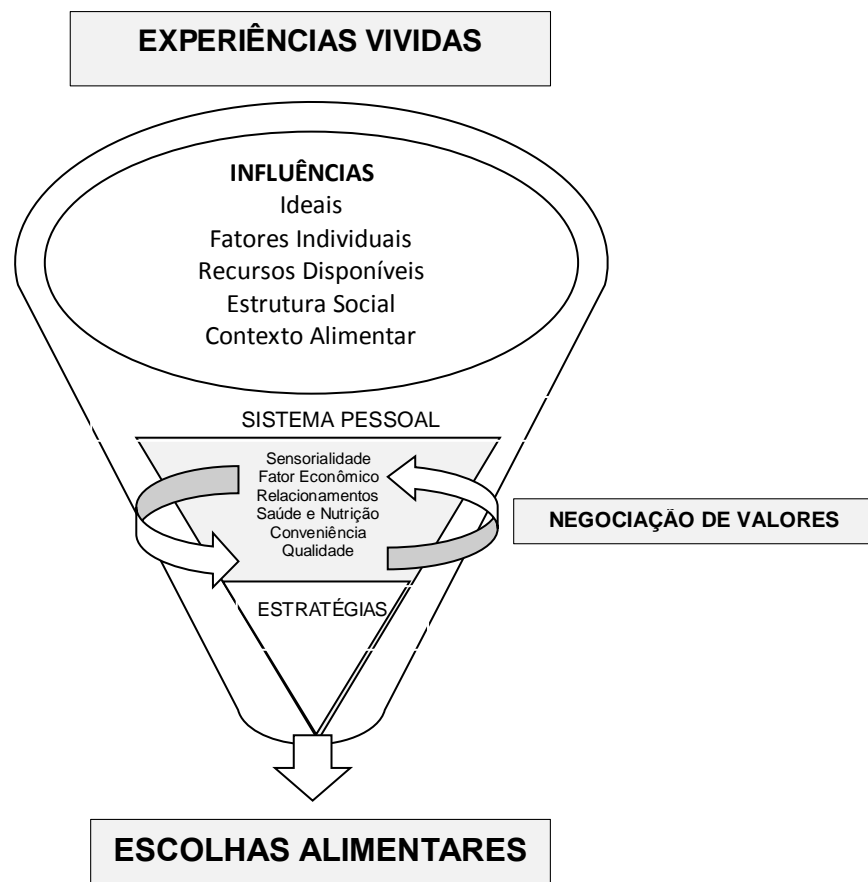
Como é possível observar no modelo de Gains, a alimentação em si envolve vários fatores referentes ao alimento, ao indivíduo e ao ambiente, que ao atuarem juntos irão definir as escolhas alimentares.

Diante da complexidade das escolhas alimentares que fazem parte da rotina dos sujeitos, estes desenvolvem estratégias pessoais para simplificar o processo de tomada de decisão. Essas estratégias estão relacionadas aos valores individuais, são aspectos ponderados e hierarquizados na tomada de decisão. A forma como

cada pessoa ordena e prioriza esses valores determina a sua postura diante de decisões relacionadas à alimentação. Existem três tipos de fatores que guiam as escolhas alimentares: fatores tradicionais, que inclui crenças e proibições; fatores morais, que levam a seleção de comida a partir de critérios étnicos; e os fatores racionais, baseados no modelo de racionalização da dieta, que levam em consideração no momento da escolha do alimento o conhecimento científico, conveniência, preço e prazer (MISSAGIA, 2012; AZEVEDO, 2017).

Furst et al.(1996) desenvolveu um modelo conceitual para explicar os componentes envolvidos no processo de EA que leva em consideração as experiências vividas, as influências que regem o comportamento e o processo de negociação de valores, que interagem entre si e resultam na escolha, que pode ser melhor compreendido na Figura 2.

Figura 2. Modelo Conceitual do Processo de Escolha Alimentar



Fonte: Adaptado de Furst, 1996.

Nesse modelo existem três componentes responsáveis pela conduta alimentar: as experiências vividas, as influências e o sistema pessoal. O primeiro, diz respeito a experiências passadas e o meio ambiente sócio-cultural ao qual o indivíduo está inserido. As influências se ancoram nas vivências anteriores, tendo como base os ideais, fatores individuais, recursos disponíveis, a estrutura social e o contexto alimentar. O sistema pessoal engloba o processo de negociação de valores e um conjunto de estratégias claramente definidas para definir a escolha alimentar (JOMORI, 2008).

Diante de tal modelo, é possível observar a complexidade das escolhas alimentares e os diversos elementos envolvidos na concretização dessa ação. Nessa perspectiva, conhecer os componentes envolvidos no comportamento alimentar pode contribuir para melhor compreensão acerca das motivações que determinam a conduta alimentar.

2.2 Comportamento Alimentar

O CA não está relacionado apenas às escolhas alimentares em si, mas diz respeito a tudo que esteja relacionado à alimentação cotidiana, que começa com a decisão, disponibilidade, modo de preparo, utensílios, horários e divisão das refeições, se encerrando com a ingestão de alimentos, ou seja, é resultado da interação entre consumo alimentar e seus determinantes e influências. O CA é determinado pelos componentes cognitivos, afetivo e situacional. O aspecto cognitivo se refere ao conhecimento científico e não científico que os indivíduos têm em relação aos alimentos e nutrição, exercendo na maioria das vezes pouca influência sobre o comportamento. O aspecto afetivo diz respeito às atitudes frente ao alimento e a alimentação, sendo consequência de valores sociais, culturais e religiosos que buscam suprir as necessidades de segurança, afeto, auto-estima, aprovação social e auto-realização. Já o componente situacional está associado aos fatores socioeconômicos, às normas sociais e padrões culturais (VAZ, 2014; MOTA, 2012).

O CA tem um papel determinante para a condição de saúde, uma vez que existem hábitos de vida e práticas alimentares prejudiciais, assim como aquelas que auxiliam na prevenção de diversas patologias. Nesse sentido, o estudo dos hábitos alimentares serve para identificar o que os consumidores adquirem em termos de

alimentos e quais fatores permeiam suas escolhas. Já o estudo do consumo alimentar representa um instrumento eficaz para avaliação do efeito que a dieta exerce na saúde, revelando o que se come, como, por que e com quem se come. Muitas vezes, a mudança de hábitos alimentares é fundamental para a melhoria do estado de saúde, no entanto esse não é um processo simples, sendo essencial uma compreensão aprofundada sobre quais fatores poderão impactar na mudança destes comportamentos e o conhecimento sobre quais estratégias de intervenção são mais eficazes para a promoção de saúde (PEREIRA, 2015; CARVALHO, 2016; DEFANTE, 2015; BUSATO, 2015; VAZ, 2014; GODINHO, 2016).

A mudança destes hábitos, por meio da reeducação alimentar, é um objetivo difícil de ser alcançado, por alterar um hábito de vida, mais difícil ainda será manter as modificações realizadas. Adquirir e manter um novo comportamento requer mais esforço do que continuar com os velhos hábitos arraigados e associados a outros fatores de ordem social e cultural. Para que o indivíduo modifique de fato suas práticas alimentares, é preciso uma internalização da justificativa para a mudança em seus costumes. Desse modo, é necessário o conhecimento a respeito de fatores que motivam o sujeito ou evitam que os mesmos realizem alterações efetivas em sua alimentação. Um dos maiores obstáculos para a prática de mudanças na dieta é a crença de que não há necessidade de modificação dos hábitos alimentares, decorrente, na maioria das vezes, de uma interpretação errada do próprio consumo. Há uma tendência do comensal, principalmente aqueles com dietas inadequadas, serem muito otimistas quanto aos aspectos saudáveis de sua alimentação (MENDES-NETTO 2013; VIANA, 2002; TORAL, 2007).

Nesse sentido, a compreensão das modificações sofridas no panorama alimentar brasileiro pode ajudar a entender as alterações no comportamento alimentar motivadas por fatores individuais e fenômenos sociais como globalização, urbanização e industrialização.

2.3 Mudanças no Padrão Alimentar Brasileiro

O Brasil apresenta culturas alimentares diversas, dentre os aspectos responsáveis por essa diversidade podemos citar as condições históricas de apropriação e colonização de seu território, aliado à influência de diversos povos, que se estabeleceram em regiões específicas do país, introduzindo seus hábitos

alimentares, originados a partir da miscigenação de culturas existentes ou trazidos ao país. O PA é o conjunto de alimentos consumidos habitualmente por indivíduos ou populações, no Brasil teve forte determinação geográfica e temporal, com pleno domínio, em cada região e época do ano, do consumo de alimentos lá produzidos, na estação em curso. Com a globalização e urbanização do país, valorizou-se cada vez mais a praticidade, a redução do tempo para preparo dos alimentos e a facilidade do seu consumo. Os consumidores viram crescer a oportunidade de conhecerem alimentos provenientes de regiões distantes, ampliando a suas opções de escolha e acelerando-se assim o intercâmbio de hábitos alimentares entre as diferentes regiões do país (OLIVEIRA, 2007; SILVA, 2018; DEFANTE, 2015).

Com relação à mudança de antigas práticas alimentares e incorporação de novas, podemos caracterizar três modos de ocorrência: a primeira diz respeito a uma dicotomia na qual novas práticas são adotadas, ainda que se mantenham as antigas, adaptadas; a segunda apresenta maior perda de referência das tradições e ao mesmo tempo, uma menor autonomia das escolhas, já que se mantém maior dependência de especialistas para prepararem a alimentação; já a terceira pode ser caracterizada por uma desestruturação dos elementos de origem, ligadas comumente a uma desvinculação sociocultural e a precariedade econômica, sem que se reconstrua organizadamente um novo PA. Diante dessa desorganização ocorre o surgimento de diversos problemas complexos, tais como o aumento alarmante de obesidade e sobrepeso, que juntos atingem quase 60% da população brasileira e aumento de indicadores de sofrimento psíquico e de transtornos alimentares (OLIVEIRA, 2017).

A mudança no hábito alimentar, ocorrido nas últimas décadas, com a substituição da dieta básica brasileira (arroz, feijão e farinha de mandioca) por produtos industrializados, tem despertado a atenção de órgãos reguladores e da comunidade científica, pois a substituição de alimentos *in natura* por alimentos ultraprocessados contribui de forma categórica para o empobrecimento da dieta, uma vez que esse tipo de alimento possui maior densidade energética, maior concentração de açúcar livre, gordura saturada e trans, e menor teor de fibras e potássio quando comparado a alimentos naturais ou minimamente processados, mesmo considerando a combinação desses alimentos com ingredientes culinários como sal, açúcar e gorduras. (POLONIO, 2009; DA COSTA LOUZADA, 2015; SOUZA, 2017).

Dietas com alta densidade energética e ricas em açúcares livres prejudicam a capacidade de o organismo regular o balanço energético, contribuindo para o aumento de peso e obesidade. Conteúdos excessivos de gorduras saturadas e trans aumentam a morbimortalidade por doenças cardiovasculares, enquanto a ingestão insuficiente de fibras aumenta o risco de obesidade, diabetes, doenças do aparelho circulatório e vários tipos de câncer. As mudanças no consumo alimentar provocam alterações no padrão de adoecimento da população, resultando em maiores índices de DCNTs, que apresentam etiologia multifatorial e estão associadas a fatores de riscos ambientais e comportamentais (DA COSTA LOUZADA, 2015; POLONIO, 2009; SOUZA, 2017).

Dentre os fatores que contribuíram para as transformações nos hábitos da população brasileira podemos destacar aspectos relacionados ao indivíduo, como a inserção da mulher no mercado de trabalho, excesso de trabalho, ritmo pesado de estudos, trânsito congestionado, grandes distâncias entre o trabalho e o lar e aspectos relacionados à produção de alimentos como a inovação tecnológica, globalização das técnicas de processamento, *marketing* e distribuição de alimentos e a expansão da mídia em massa global. Além das modificações no cardápio, houve também mudanças profundas na forma de como se alimentar. Dentre os aspectos da evolução do comportamento alimentar a procura por refeições prontas favoreceu o crescimento da alimentação fora do domicílio, sendo uma característica marcante não somente em países desenvolvidos, mas também em países em desenvolvimento como o Brasil (LORIATO, 2017; DE QUEIROZ, 2017).

É preocupante o fato de que os produtos que constituem a alimentação das pessoas estejam cada vez mais distantes, num mundo urbanizado e industrializado, é difícil plantar ou produzir seu próprio alimento, da mesma forma que ter o acesso a quem produz os alimentos, sobretudo aqueles que produzem de modo mais saudável e sustentável. Antigamente a alimentação limitava-se ao cenário doméstico, sendo responsabilidade da mulher cozinhar para a família, no entanto a procura por refeições prontas levou ao surgimento de pequenos restaurantes no Brasil por volta do século XIX, pois não era viável que os trabalhadores das indústrias se deslocassem até suas residências para almoçar em função das expressivas distâncias, o que favoreceu o surgimento de lanchonetes e restaurantes aos arredores das fábricas que serviam comida caseira por um valor acessível. A criação de parques industriais além de promover mudanças econômicas e

tecnológicas, alterou também à rotina alimentar das pessoas (FREIRE, 2018; MACHADO, 2014; LORIATO, 2017).

O crescimento da alimentação fora do lar, em países em desenvolvimento, como é o caso do Brasil, pode ser atribuído, sobretudo, às mudanças em variáveis socioeconômicas, como o crescimento da renda, e a fatores relacionados ao tempo dos indivíduos, ou seja, maior disponibilidade de renda pode aumentar a procura por refeições fora do lar, do mesmo modo que a falta de tempo pode ser determinante no aumento desse consumo. No entanto outras questões podem estar relacionadas, como o *status* de comer fora e o “pertencimento ao mundo”, que diz respeito à memória gustativa, descrita como o alicerce de horizontes e sabores de um povo, que se torna uniforme ao sentar à mesa. No caso brasileiro, o aumento do consumo de alimentos fora do domicílio pode ser indicativo de que mudanças na estrutura econômica e social do país estão aumentando as restrições de tempo, e assim, a demanda por alimentos prontos para o consumo (DE QUEIROZ, 2017; FERRAZ, 2018; MACHADO, 2014).

No Brasil, os gastos com refeições fora do domicílio subiram de 24,1%, no biênio 2002-2003, para 31,1% do orçamento familiar em 2008-2009, representando um terço das despesas totais com alimentação dos domicílios brasileiros. Em 2013, 32,9% do consumo alimentício da população brasileira foi realizado fora, fenômeno que leva a substituição de alimentos tradicionais por outros de fácil e rápido preparo. Esse cenário nos permite entender o quanto os gastos com alimentação fora do lar vêm aumentando de forma gradativa, bem como o número de estabelecimentos que oferecem refeições prontas para consumo e a prevalência de excesso de peso (BEZERRA, 2017; LORIATO, 2017; POF, 2011).

No início do século XXI, a exigência de velocidade, aceleração do tempo e a valorização de alimentos que estejam prontamente disponíveis para que sejam rapidamente ingeridos, sem atrapalhar as demais atividades da rotina, impulsionou o surgimento e crescimento das redes de *fast foods*, *self-service* e comércio de rua, que imprimiu mais velocidade à alimentação, resumindo o HA a um comportamento ágil e prático, ao mesmo tempo em que diminuiu as refeições compartilhadas em casa e em família (MACHADO, 2014).

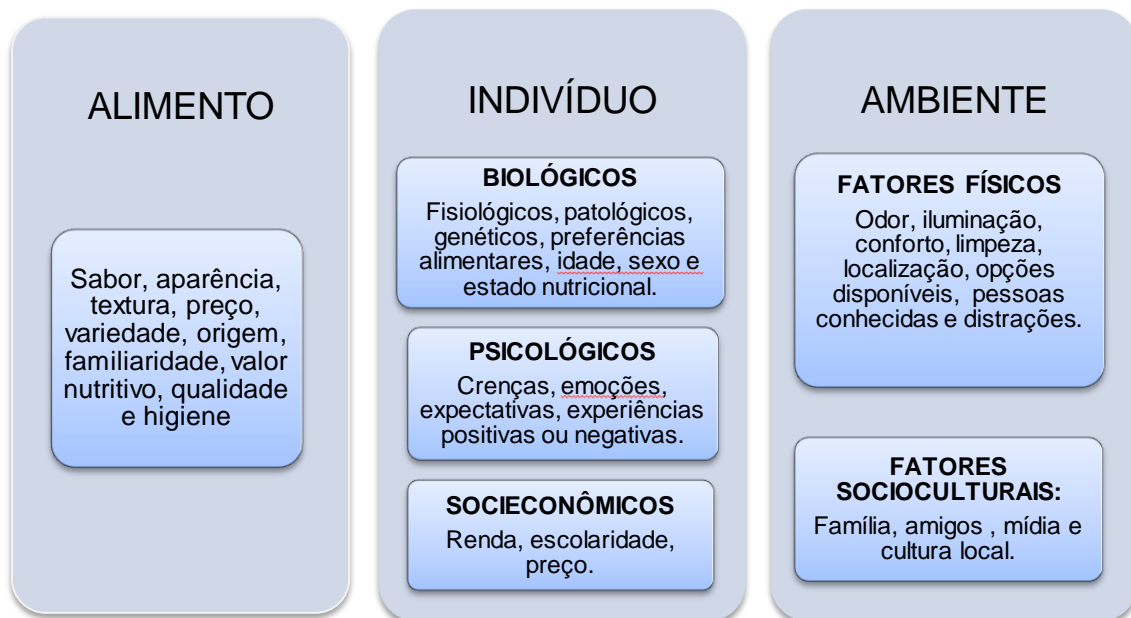
Contudo, as relações entre os contextos sociais da ingestão e dos padrões alimentares tem sido inconsistentes ou pouco explorados, sobretudo, no que se

referem as influências que regem e são determinantes das escolhas alimentares, havendo necessidade de maior conhecimento acerca do tema em questão.

2.4 Determinantes de Escolha Alimentar

No Brasil, as pesquisas normalmente avaliam o consumo de alimentos e de nutrientes em diferentes populações e localidades, mas sem o devido aprofundamento na avaliação dos fatores que são determinantes para a escolha, compra e consumo de alimentos. Os determinantes da escolha alimentar podem ser definidos como fatores que afetam a escolha do alimento por meio de pensamentos e sentimentos individuais. As atitudes alimentares de um indivíduo irão impactar suas escolhas alimentares, que são guiadas por três tipos principais de determinantes: aqueles relacionados aos alimentos, ao comedor e ao ambiente, como melhor ilustrado na figura 3 (ESTIMA, 2009; ALVARENGA, 2015; KORITAR, 2013; JAEGER, 2011).

Figura 3. Determinantes de escolha alimentar relacionados ao alimento, indivíduo e ambiente.



Fonte: Adaptado de Moraes, 2017.

Dentre os determinantes da escolha relacionados aos alimentos, o sabor e os aspectos nutricionais, relacionados tanto à saúde quanto a composição de

alimentos, são descritos como os principais fatores que influenciam o processo de escolha alimentar, sendo o sabor frequentemente apontado como preditor-chave do consumo. As percepções de sabor envolvem a integração de várias sensações, tanto dentro como entre as modalidades sensoriais. A aparência da comida, incluindo cor e forma, a textura, temperatura, teor de gordura entre outras características presentes no alimento também contribuem para a percepção do sabor e condicionam as EA mais do que o conhecimento dos benefícios da alimentação para a saúde. O prazer obtido na alimentação pelo conjunto das características sensoriais parece estar no centro do desenvolvimento, manutenção e mudanças de hábitos alimentares (ALVARENGA, 2015; MACHADO, 2014; KORITAR, 2013).

No que diz respeito aos determinantes relacionados ao indivíduo, o determinante biológico (fatores fisiológicos, patológicos e genéticos) está relacionado à fome, saciedade, às necessidades energéticas e de nutriente para manutenção do metabolismo. A presença de patologias pode determinar a escolha de alimentos, uma vez que alimentação interfere no estado de saúde, podendo prevenir, controlar ou agravar patologias específicas. O componente genético pode atuar sobre a sensibilidade gustativa e palatabilidade e, como resultado, sobre as preferências alimentares. Pode-se considerar a influência do sexo, da fase da vida e da sensibilidade sensorial às substâncias específicas também como fatores biológicos (JOMORI, 2008; MORAES, 2017).

Há ainda os aspectos psicológicos relacionados aos indivíduos que englobam fatores mais subjetivos, como o conhecimento e as crenças em torno da alimentação, atitudes frente ao alimento, o reconhecimento dos benefícios de uma dieta saudável e as dificuldades encontradas para adotá-la, a disponibilidade de um suporte social que favoreça práticas alimentares adequadas e a responsabilidade sobre compra e preparo das refeições. As crenças e sentimentos que as pessoas têm em relação à comida dependem das experiências vivenciadas, sendo as atitudes e escolhas alimentares também influenciadas pelas emoções. Para a maioria das pessoas, fisiologicamente, as emoções negativas estão ligadas a perda de apetite e redução da ingestão alimentar. Entretanto, o comer emocional, descrito como a tendência de comer em resposta a uma série de emoções negativas como ansiedade, depressão, raiva e solidão para lidar com o afeto negativo pode ser

influenciado pela estratégia de regulação das emoções que cada indivíduo possui (TORAL, 2007, KORITAR, 2013).

Os determinantes socioeconômicos relacionados ao indivíduo como renda, escolaridade e preço dos alimentos desempenham papel central nas motivações e escolhas alimentares, sendo capazes de restringir, desequilibrar e interferir nas prioridades relativas a estes processos. A condição econômica é um delimitador das escolhas alimentares, pois uma alimentação saudável caracterizada pela variedade de frutas, hortaliças, grãos integrais, carnes magras, ricas em diversos nutrientes, segue a tendência a ter alto custo em comparação a dietas ricas em doces, alimentos gordurosos e carboidratos simples. Quanto menor a renda da população, maior a importância do preço como determinante da escolha de produtos alimentícios, as variáveis socioeconômicas (renda, escolaridade, tamanho da família), impactam o consumo de alimentos, principalmente no que diz respeito ao comportamento saudável. Outro aspecto que também deve ser levado em consideração no que diz respeito às EA, é que quanto maior a idade, renda e escolaridade, maior também será o interesse por atributos de qualidade dos alimentos e segurança alimentar em detrimento ao preço (VAZ, 2014; DEFANTE, 2015; MORAES, 2017).

Com relação aos determinantes relacionados ao ambiente, os fatores físicos, como acessibilidade e disponibilidade dos alimentos têm um grande impacto sobre as EAs, ajudando a explicar a lacuna entre atitude e comportamento. O contexto alimentar limita-se ao ambiente físico, condição social do local e fatores relacionados ao fornecimento de alimentos (tipos, fontes, disponibilidade de alimentos como sazonalidade e fatores de mercado). O ambiente urbano tem sido considerado uma grande influência para o CA, muitos aspectos da dieta moderna podem contribuir para a epidemia de obesidade, entre eles podemos destacar o acesso amplo e facilitado a alimentos palatáveis, com alta densidade energética, pobres em micronutrientes e que normalmente são consumidos em estabelecimentos fora do âmbito familiar (LENG, 2017; JOMORI, 2008; TORAL, 2007).

Quanto aos determinantes ambientais, os fatores socioculturais incluem as questões de convívio com a família, amigos, relação de trabalho, os grupos que o indivíduo gostaria de ser aceito ou pertencer ou o grupo ao qual o mesmo não gostaria de estar associado. A estrutura da família e o padrão de consumo das refeições influenciam diretamente o consumo e a escolha alimentar, uma vez que os

pais têm um papel primordial sobre os filhos, pois são as primeiras referências na formação de hábitos, costumes, preferência e aversões alimentares. Os amigos também exercem influência no CA, pois o consumo de algum alimento específico pode estar relacionado à busca por aceitação, identidade ou até mesmo distinção de determinado grupo. A mídia tem sido apontada como um fator que influencia a alimentação, pois dita regras e muda comportamentos, promovendo principalmente hábitos alimentares pouco saudáveis. A cultura, definida como uma rede de símbolos, valores e normas que permeia todas as ações humanas e relações sociais, da qual se desprende interpretações contextuais dos significados se relaciona com todos os outros fatores relacionados ao consumo alimentar, influenciando diretamente as atitudes e escolhas alimentares (JOMORI, 2008; ESTIMA, 2012; VAZ, 2014; MORAES, 2017).

Nesse contexto, os mercados públicos reúnem vários aspectos culturais, sendo determinantes da conduta alimentar por serem representados como um ambiente de descanso, de acolhimento, de distração, divertimento, com papel não apenas na atividade econômica, mas principalmente na vida social, sendo muitas vezes capazes de evocar o sentimento pertencimento, de identidade local e continuidade histórica. (BRANDÃO, 2012; FREITAS, 2017; ALVES, 2011; ANDRADE, 2017).

Diante da crescente demanda por refeições fora do lar pela população, dos mercados públicos serem dotados de simbolismo e tradição, comercializarem pratos típicos da região, a base de produtos locais, sentiu-se a necessidade de entender melhor quais fatores determinantes se sobressaem no processo de escolha alimentar, se fatores relacionados aos alimentos comercializados ou ainda aqueles relacionados ao indivíduo.

2.5 Mercados Públicos

Compreender o espaço do mercado por meio de uma concepção sociológica significa o entendimento de que o mesmo se encontra inserido em um contexto carregado de signos, representações e relações sócios-espacos-temporais. Significa que, somente através de olhares presentes dentro desse contexto podemos analisar, compreender e “decifrar” as relações construídas, destruídas e/ou reconstruídas historicamente entre o homem e seu meio. Os MPs constituem-se em

um dos primeiros espaços onde se materializaram a separação homem/natureza, ou seja, do momento em que o homem deixa de produzir sua própria existência, anunciando outros ritmos para o tempo/espaço social. Ao observarmos tais ambientes como um desses espaços, podemos entender que eles participam do cotidiano de populações locais de forma mais complexa do que unicamente através das relações comerciais (produção, compra e venda) neles encontradas (DE MORAES SERVILHA, 2009; FREITAS, 2017).

Para a realização do comércio se faz necessário o encontro de fluxos, bens materiais, mercadorias, indivíduos e ideias em determinado espaço físico. Nesse contexto, surgem os primeiros MPs, principais entrepostos de abastecimento de gêneros alimentícios até determinado momento da história das cidades. Tais lugares eram necessários para manter a sobrevivência das populações locais, e com o passar do tempo, começaram a desempenhar papel fundamental na produção dos espaços urbanos, sendo o principal meio para o surgimento destes. Os mercados trazem vida às cidades e contribuem para a criação de sinergias entre agentes e a comunidade, constituindo experiências únicas de compras e socialização. De um lado, comerciantes que ofertam mercadorias, serviços e trabalhos, em busca de sobrevivência. De outro, há os frequentadores, pessoas de vários níveis culturais e sociais em busca de produtos que atendam suas necessidades de consumo (ALVES, 2011; FERREIRA, 2015; FREIRE, 2018; FREITAS, 2017).

No Brasil, a partir de 1950, com os processos de industrialização e urbanização, o crescimento dos espaços urbanos exigiu a criação de novas fontes de abastecimento para as cidades, favorecendo a chegada de grupos internacionais, que passaram a monopolizar a comercialização de gêneros alimentícios, retirando dos mercados a exclusividade existente no abastecimento alimentício dos povos. Essa mudança cria uma ruptura dos costumes e transforma os mercados em lugares que foram apropriados por seus usuários, que passaram a olhar o lugar de uma maneira mais tradicional, pois tais ambientes têm a capacidade de evocar o sentimento de pertencimento social, de identidade local e de continuidade histórica (FREIRE, 2018; ANDRADE, 2017; BRANDÃO, 2012).

Nas últimas décadas do século passado, o mercado global de varejo das grandes cidades passou por transformações profundas, com a disseminação dos hiper e supermercados, dos *shopping centers* e das redes de lojas, quando novos materiais e tecnologias construtivas se tornaram mais acessíveis e emergiu uma

concepção burguesa de organização urbana, pautada pelo fortalecimento da separação funcional das atividades. Essas mudanças atingiram de formas diferenciadas os mercados de abastecimento, cujas marcas são a diversidade de produtos ofertados, partes deles não conseguiu sobreviver à concorrência, parte se renovou e continua a funcionar, com maiores ou menores dificuldades de adaptação aos novos tempos, enquanto outros surgiram acompanhando uma nova cultura de consumo, como os mercados de produtos orgânicos. De espaço de abastecimento de bens de primeira necessidade e voltados prioritariamente ao consumo local, os mercados foram investidos de significados socioculturais, turísticos e patrimoniais, a partir do momento em que sua existência passou a ser ameaçada (ANDRADE, 2017, FERREIRA, 2015).

No âmbito deste processo, os velhos MPs localizados no coração das cidades vão aos poucos perdendo sua importância como parte da vida urbana. No entanto, em muitos centros urbanos, muitos deles foram reinventados transformando-se em locais de modernização e inovação, seja pelos produtos comercializados ou pela forma de comercialização. Tais espaços mudaram, incorporaram novas funções e papéis inerentes aos séculos XX e XXI, adaptando-se as novas demandas, e o que percebemos é um invólucro do original em alguns casos; em outros, a permanência se dá apenas por falta de opção comercial em locais que ainda não despertaram interesses do grande capital. Esses lugares-memória da cidade, são pontos de referência para a sociedade local, e, portanto, relevantes, mesmo que transformados, visto que simbolizam certa identificação com o lugar, traduzem costumes, histórias, saberes e tradições de um povo (FREIRE, 2018; ALVES, 2011).

É importante compreender e analisar o papel que os tradicionais mercados exercem na atualidade, de lugares de abastecimento de gêneros alimentícios a espaços *gourmet*. Muitos deles estão repaginados, em termos de infraestrutura e novas propostas quanto à oferta de produtos e comidas prontas, transformando-se em novos e atrativos *points* de alimentação. Assim, reúnem vários aspectos culturais, dos quais podemos citar a gastronomia, que se apresenta como marca da identidade local a partir da representação e degustação de sabores e cheiros de determinada região. Além disso, são considerados pontos de encontro, polos de lazer e turismo. Tais lugares possuem trajetórias que não podem ser consideradas em uma história simples e linear, diante das possibilidades de adaptação e suas

dinâmicas socioeconômicas de coexistência entre o tradicional, o arcaico e o moderno lado a lado (FREIRE, 2018; DE MORAES SERVILHA, 2009).

Dentre os Mercados Públicos de Teresina, o Mercado da Piçarra é tido como o mais tradicional no que diz respeito à culinária e gastronomia local. Desse modo, como podemos analisá-lo? Que papel exerce na atualidade para os moradores da cidade? No item seguinte apresenta-se o mercado, seu histórico, evolução ao longo do tempo, sua importância na geração de empregos e comercialização de diversos tipos de alimentos.

2.6 O Mercado da Piçarra

A formação do Bairro Piçarra se iniciou por volta de 1930, sendo uma zona periférica, porém, como uma área de ligação entre o meio urbano e rural. A localidade só deixou de ser uma zona de transição quando os primeiros moradores se juntaram em regime de mutirão para construir a primeira capela em 1941, a capelinha de São Raimundo, cuja construção ficou pronta em 1946 e foi motivo para que famílias inteiras se estabelecessem no bairro (CARVALHO, 2017).

Outro polo agregador de indivíduos dentro dos limites do Bairro Piçarra foi o surgimento do mercado público. Quando as pessoas moravam na zona rural, tinham que produzir tudo que necessitavam, mas a partir do momento que se aglomeravam, formando os centros urbanos começaram a trocar e vender produtos, gerando uma comercialização profissional, a partir de então o mercado surge como eixo urbano (CARVALHO, 2017).

A formação do Mercado Público da Piçarra (MPP) se deu a partir da transformação de uma área periférica de Teresina, no início dos anos 1940, em uma das principais áreas de comercialização de produtos alimentícios, manufaturados e industrializados das décadas de 1950 e 1960. As mudanças foram acontecendo e tornando a Piçarra um espaço urbano que passou a reunir um maior fluxo de indivíduos de diferentes regiões para vender produtos e serviços diversos (CARVALHO, 2017).

No início o MPP era apenas uma feira, denominada Mercado da Lama, e funcionava onde atualmente é o centro comercial no balão da Piçarra. Na gestão do Prefeito José Ribamar de Castro Lima, a prefeitura desativou um antigo cemitério que ficava na margem esquerda da Estrada Velha de São Raimundo e construiu o

primeiro Mercado da Piçarra, nos anos 1948 e 1950, impulsionando o desenvolvimento e alavancando a economia local com o surgimento de pequenas indústrias (PREFEITURA MUNICIPAL DE TERESINA, 2017; CARVALHO, 2017).

Na gestão do Prefeito Francisco Gerardo, em 1995, o mercado foi transferido de lugar, e à medida que a conjuntura do bairro e da cidade foi se transformando houve a necessidade de construção de um novo espaço para os comerciantes, venderem seus produtos. Essa reforma estava prevista no projeto de revitalização dos mercados municipais de Teresina, e o MPP foi restaurado passando a ocupar uma área de 2135m² (PREFEITURA MUNICIPAL DE TERESINA, 2017).

Desde então, o mercado da Piçarra foi passando por mudanças estruturais e renovação, a fim de melhorar a organização do espaço, acomodar lanchonetes e restaurantes, promover melhorias nas condições higiênicos-sanitárias e facilitar as atividades entre os diferentes tipos de comércio. Nesse percurso, a concorrência entre os comerciantes foi aumentando e modificando as relações de compra e venda no local. Percebe-se que alguns setores são compostos por familiares que ocupam os espaços desde a inauguração, passando de geração a geração, buscando manter as tradições e dando continuidade ao trabalho familiar. As figuras 4, 5 e 6 evidenciam a reforma dos restaurantes do mercado realizada em 2017, o local provisório cedido aos permissionários durante o período de reforma e o espaço de alimentação definitivo.

Figura 4. Reforma do Setor de Alimentação do Mercado da Piçarra. Teresina-PI, 2019.



Fonte: Prefeitura Municipal de Teresina.

Figura 5. Espaço improvisado pela Prefeitura para o Setor de Refeição durante a Reforma do Mercado da Piçarra. Teresina-PI, 2019.



Fonte: Da pesquisa.

Figura 6. Setor de Refeição do Mercado da Piçarra após Reforma. Teresina-PI, 2018.



Fonte: Da pesquisa.

Pelas imagens apresentadas é possível ter uma ideia da dimensão do mercado, dos locais onde são produzidas as refeições, do ambiente familiar ali encontrado, ao mesmo tempo simples e acolhedor, no qual o bom atendimento é o seu diferencial. O barulho das panelas, as conversas paralelas entre os permissionários que trabalham e clientes que frequentam o mercado, as comidas caseiras tradicionais, a culinária típica, tudo isso remete a um estilo de vida rural, que prevalece e se mantém vivo dentro de um espaço urbano.

Atualmente, o MPP é composto por 19 restaurantes e três lanchonetes, promovendo geração de renda para 120 permissionários, que atendem um público de 600 pessoas diariamente. É um espaço com atividades distribuídas nos seguintes setores: refeição/lanche (24 vendedores); carnes (bovina, suína, caprina, vísceras, frango e peixes); temperos secos; cereais; conserto de utensílios e panelas; plásticos; frios; e setor de frutas e verduras. O horário de funcionamento é de 4:00 da manhã até as 15:00 horas (PREFEITURA MUNICIPAL DE TERESINA, 2017).

Como se pôde observar o MPP é um espaço multifuncional, nesse sentido atrai um público que prima pela conveniência em poupar tempo e busca por produtos que sejam vendidos em um mesmo local, o que contribui para o maior fluxo de pessoas e movimentação do comércio de alimentos prontos para o consumo e frescos de um modo geral.

3 OBJETIVOS

3.1. Geral

- ✓ Analisar os determinantes associados à escolha alimentar por parte dos indivíduos com idade superior a 19 anos em restaurantes do mercado público.

3.2. Específicos

- ✓ Caracterizar o perfil dos comensais que fazem refeições nos restaurantes do mercado;
- ✓ Caracterizar os atributos que exercem maiores influencia na escolha alimentar;
- ✓ Identificar os alimentos/preparações mais consumidos pelos indivíduos pesquisados;
- ✓ Conhecer os principais motivos que levam os participantes a frequentarem os espaços de alimentação do mercado;
- ✓ Averiguar as diferenças existentes entre os determinantes de escolha alimentar e variáveis relacionadas ao sexo, nível de escolaridade, renda e idade.

4 METODOLOGIA

4.1. Desenho do estudo

Pesquisa de natureza transversal, com abordagem quantitativa, descritiva e analítica, recorte do projeto de tese intitulado “Avaliação das preparações culinárias tradicionais piauienses: um diagnóstico sob a ótica gastronômica e da segurança alimentar e nutricional em mercado público” realizado em um mercado público no município de Teresina, vinculada ao Programa de Pós-Graduação em Alimentos e Nutrição da Universidade Federal do Piauí.

4.2. Local da pesquisa e critérios de elegibilidade

A pesquisa foi realizada no Mercado da Piçarra, situado na Avenida São Raimundo, nº 571, Bairro Piçarra, no município de Teresina-PI, Brasil. Para a escolha do mercado foi considerado os seguintes critérios: simbologia e tradição culinária, ter praça de alimentação constituída por unidades produtoras de refeição (UPRs) que tenham cardápios populares e está localizado em área central da cidade.

4.3. População e definição do tamanho da amostra

A população do estudo foi constituída por adultos, de ambos os gêneros, maiores de 19 anos de idade e comensal do mercado. Entende-se como comensal aquele que estabelece com outros indivíduos o tempo e o espaço durante o consumo alimentar (POULAIN, 2003).

O tamanho da amostra foi calculado utilizando o software Raosoft, Inc., disponível no endereço (<http://www.raosoft.com/samplesize.html>). Para o cálculo amostral, partiu-se do universo de 600 indivíduos, que representa o número médio de usuários que frequentam o mercado diariamente, conforme dados da Prefeitura Municipal de Teresina. O intervalo de confiança adotado foi de 95%, margem de erro de 5% e distribuição da população 20%. A amostra inicial foi estimada em 175 indivíduos, aceitaram participar da pesquisa 203 comensais, houve 5 desistências e o estudo foi concluído com 198 participantes.

4.4 Procedimentos para a coleta de dados

Para a descrição do universo pesquisado foi usado as seguintes técnicas: pesquisa bibliográfica inerente à temática, observação direta intensiva com a produção de diário de campo e aplicação de questionários estruturados.

Antes do início da coleta de dados, foi realizada uma visita de campo para observação do funcionamento do mercado, logo após foram realizadas visitas em dias da semana alternados até que todos os dias fossem contemplados, durante todo o período de funcionamento.

Foi realizado o treinamento da equipe antes da aplicação dos questionários da pesquisa. O instrumento semiestruturado, construído com questões abertas e fechadas foi testado e adaptado e o estudo piloto foi realizado com aproximadamente 10% (20 comensais) da amostra inicial estimada. Este avaliou o tempo de aplicação dos instrumentos e a partir de então foram realizados os ajustes necessários. Após essa etapa e o consentimento do comensal, os questionários foram aplicados pela equipe composta por graduandas do curso de nutrição, bolsista do programa de educação tutorial, mestranda e doutoranda. Os questionários foram aplicados no período de agosto de 2018 a janeiro de 2019, durante o horário de atendimento do Mercado, em dias úteis não consecutivos, feriados e final de semana. Os participantes selecionados foram abordados após a escolha das preparações e o término da refeição, evitando-se a inclusão de indivíduos já entrevistados.

4.4.1 Perfil dos Comensais

Nessa categoria foi investigado o perfil sociodemográfico e de saúde dos participantes. As variáveis estudadas foram sexo, idade, etnia, estado civil, escolaridade, renda familiar, profissão e procedência. As informações de saúde levantadas foram o diagnóstico de DCNTs, prática de atividade física, ingestão de bebidas alcólicas, uso do tabaco e autopercepção de saúde. Outras variáveis direcionadas a identificação dos determinantes da escolha alimentar, incluindo os atributos sensoriais, tipos de preparações e os principais motivos que levam o indivíduo a consumir alimentos nesse ambiente foram investigadas (APENDICE A).

4.4.2. Avaliação dos determinantes da escolha alimentar

Os determinantes avaliados nesse estudo dizem respeito àqueles relacionados ao alimento e ao comedor, esses dois indicadores foram escolhidos porque o instrumento de coleta utilizado não contempla as variáveis ambientais. Para avaliar valores e determinantes da escolha alimentar foi utilizado como referência o *Food Choice Questionnaire* (FCQ).

O instrumento original foi construído na língua inglesa e validado para ser autoaplicável para a população adulta por Steptoe, Pollard e Wardle (1995). Após tradução, adaptação e validação para a língua portuguesa, o instrumento tornou-se apto a ser aplicado na população brasileira (HEITOR et al., 2015; HEITOR et al., 2018). O questionário é constituído por 36 itens, distribuídos em nove atributos que avaliam as escolhas alimentares relacionadas à saúde, disposição, conveniência, propriedade sensorial do alimento, conteúdo natural, preço, controle de peso, familiaridade e preocupação ética (ANEXO 1). Seguiu-se as orientações de Heitor et al., (2015), que recomenda o uso da escala *Likert*, que atribui peso a cada opção de resposta, variando de “nada importante” a “muito importante”. Pontuações mais elevadas indicam que o participante atribuiu importância maior a determinado fator (HEITOR et al., 2015).

4.5. Análise Estatística

Os dados foram codificados e digitados na planilha do software Microsoft Office Excel e analisados utilizando o pacote estatístico Stata® versão 12. Foi utilizada a estatística descritiva expressa como média, desvio padrão, frequências absolutas e relativas para o tratamento dos dados. A análise da associação entre as variáveis estudadas com o sexo foi feita utilizando-se o teste Qui-quadrado de Pearson (χ^2) ou teste exato de Fisher (utilizado se frequência for inferior a 5), quando apropriado. Para os testes estatísticos o nível de significância adotado foi $p < 0,05$.

A análise das diferenças das médias de escores para cada uma das dimensões do Food Choice Questionnaire segundo sexo, idade, renda e escolaridade foi feita utilizando o teste de Wilcoxon (não paramétrico).

4.6 Aspectos Éticos

A presente pesquisa foi submetida e aprovada pelo Comitê de Ética em Pesquisa da Universidade Federal do Piauí (CAAE: 69894617.7.0000.5214), parecer nº 2.139.962, com cadastro na pró-reitoria de pesquisa da UFPI, sob n.26/2017 e aprovada pela Prefeitura Municipal de Teresina (ofício n.433/2017-GAB-SDU-SUL) para a realização do estudo.

No protocolo, foi previsto a autorização dos participantes selecionados para a pesquisa, os quais assinaram o Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (ANEXO 2), seguindo-se os princípios éticos descritos na Resolução 466/2012, incluindo a preservação do anonimato dos participantes e a privacidade das informações (BRASIL, 2013).

5 RESULTADOS

5.1 Perfil dos participantes

Os resultados deste estudo estão apresentados de modo a atender os objetivos. Os dados estão distribuídos em três categorias, uma relacionada com os aspectos sociais, demográficos e de saúde, a segunda relacionada aos usuários e ao mercado, enquanto a outra traz informações acerca dos determinantes da escolha alimentar, subdivididos em características relacionadas aos alimentos e características relacionadas ao indivíduo.

O estudo foi conduzido com 198 participantes, dos quais 149 (75%) eram do sexo masculino e 49 (25%) do sexo feminino. As características relativas ao perfil social e demográfico estão descritas na Tabela 1. Com relação à faixa etária, o maior percentual foi observado no público masculino nos intervalos de 30 a 39 anos (45%), enquanto nas mulheres o intervalo de 20 a 29 anos foi o mais representativo, com 28,3%. A maioria dos participantes residia na cidade de Teresina (87,2% homens e 77,6% mulheres), se descreviam como pardos (50,7% homens e 57,1% mulheres), os homens eram casados (54,4%) enquanto o percentual de mulheres casadas e solteiras eram o mesmo (44,9%), tinham nível de escolaridade superior (47% homens e 42,9% mulheres), renda familiar abaixo de 2 salários mínimos (46,9% homens e 59,6% mulheres) e dividiam a renda com mais uma pessoa (42% dos homens e 37,2 % mulheres) e as principais profissões citadas foram autônomo para homens (14,9%) e dona de casa para mulheres (24,5%).

Tabela 1. Categorização por sexo das variáveis sociodemográficas da população entrevistada. Teresina-PI, Brasil, 2019.

Variáveis	Masculino		Feminino		Valor de p*
	Nº	%	Nº	%	
Faixa etária (anos)					
20 a 29	33	22,2	14	28,6	0,789
30 a 39	45	30,2	13	26,5	
40 a 49	35	23,5	12	24,5	
>50	36	24,2	10	20,4	
Local da residência					
Teresina	130	87,2	38	77,6	0,101
Outra cidade	19	12,8	11	22,4	
Raça					
Branca	27	18,2	9	18,4	0,524
Preta	41	27,7	9	18,4	
Parda	75	50,7	28	57,1	
Outras	5	3,4	3	6,1	
Situação Conjugal					
Solteiro	59	39,6	22	44,9	0,408
Casado/União estável	81	54,4	22	44,9	
Separado/Viúvo	9	6,0	5	10,2	
Escolaridade					
Até Ensino Fundamental Completo	19	12,8	8	16,3	0,785
Até Ensino Médio Completo	60	40,3	20	40,8	
Até Ensino Superior Completo	70	47,0	21	42,9	
Profissão					
Autônomo	22	14,9	5	10,2	<0,001
Funcionário público	11	7,4	3	6,1	
Estudante	8	5,4	1	2,0	
Dona de casa	-	-	12	24,5	
Outras	107	72,3	28	57,1	
Renda (Salários Mínimos)					
Não possui renda	5	3,4	5	10,6	0,023
<2	68	46,9	28	59,6	
2 a 5	51	35,2	7	14,9	
>5	21	14,5	7	14,9	
Nº pessoas vivem da renda declarada					
1	32	23,2	11	25,6	0,850
2	42	30,4	16	37,2	
3	26	18,8	6	14,0	
4	24	17,4	7	16,3	
5 e mais	14	10,1	3	7,0	
TOTAL	149	100	49	100	

Fonte: Dados da pesquisa

*Teste do qui-quadrado

A tabela 2 permite destacar as principais características relacionadas à saúde e estilo de vida dos indivíduos que frequentaram a praça de alimentação do MPP. Dentre as características referentes à saúde pode-se destacar que a maioria dos entrevistados não referiram doenças diagnosticadas por médicos (75% homens e 65,3% mulheres) e de um modo geral consideram sua saúde boa (75,5 % homens e 81,6% mulheres).

Com relação ao estilo de vida, aproximadamente 59% dos participantes são praticantes de atividade física, mais de 90% não fumam e boa parte do público masculino ingere bebida alcoólica (72,5%) em contraposição ao feminino que não possui esse hábito (51%), sendo essa diferença estatisticamente significativa.

Tabela 2. Categorização das variáveis referentes à saúde e estilo de vida dos participantes da pesquisa. Teresina-PI, Brasil, 2019.

Variáveis	Masculino		Feminino		Valor de p*
	Nº	%	Nº	%	
Doença diagnosticada por médico					
Não	111	75,0	32	65,3	0,187
Sim	37	25,0	17	34,7	
Prática de atividade física					
Não	61	40,9	20	40,8	0,988
Sim	88	59,1	29	59,2	
Ingestão de bebida alcoólica					
Não	41	27,5	25	51,0	0,002
Sim	108	72,5	24	49,0	
Fuma					
Não	135	90,6	45	91,8	0,527*
Sim	14	9,4	4	8,2	
Avaliação da própria saúde**					
Excelente	32	21,8	4	8,2	0,015*
Boa	111	75,5	40	81,6	
Ruim	4	2,7	5	10,2	
TOTAL	149	100,0	49	100,0	

*Teste exato de Fisher.

**dois participantes não sabem, não responderam.

Fonte: Dados da pesquisa.

5.2 Características referentes ao usuário e ao mercado

A tabela 3 mostra variáveis relacionadas ao usuário e ao mercado, tais como frequência e tipo de refeição oferecida, motivos que levam a escolha alimentar, com quem o indivíduo costuma fazer suas refeições entre outras características.

Com relação à frequência em anos de fazer refeições no mercado ao MPP observou-se o percentual de 38% tanto para homens que vão a menos de um ano, quanto para os que vão a mais de 10 anos, enquanto o intervalo de um a cinco anos foi o mais citado (37,8%) entre as mulheres. A maioria dos participantes vai raramente (53% homens e 59,2% mulheres) ou semanalmente (32% homens e 24,5% mulheres), frequenta o mesmo restaurante (57,5% homens; 61,2% mulheres) e vai acompanhado (70,5% para homens e 85,7% para mulheres), sendo que o sexo masculino vai mais acompanhado com amigos (38,9%), enquanto o feminino vai com a família (34,7%).

A refeição mais realizada pelos participantes foi o almoço, correspondendo a mais da metade do total das refeições consumidas. Dentre as principais razões que levam esses comensais a fazerem refeições no mercado podemos destacar o sabor com aproximadamente 45 % do total, e a praticidade com percentuais bem próximos 23,6% para homens e 24,5% para mulheres. A característica predominante que levou a escolha de determinada preparação por parte do usuário foi o sabor (47,3% homens e 52,1% mulheres).

No que diz respeito às preparações que são oferecidas no mercado, mais de 90% dos comensais reconhecem que não há informação nutricional dos pratos oferecidos, nem propagandas sugerindo desconto, qualidade das preparações ou benefícios a saúde das mesmas, sendo a informação nutricional o item mais citado que estes gostariam de ter ciência (27,5% homens e 30,6% mulheres).

Tabela 3. Distribuição de características específicas dos participantes da pesquisa em relação ao ato de consumir refeições no mercado. Teresina-PI, Brasil, 2019.

Variáveis		Masculino		Feminino		Valor de p
		Nº	%	Nº	%	
Frequência do consumo de refeições	Diariamente**	17	11,6	3	6,1	0,077*
	Semanalmente**	47	32,0	12	24,5	
	Quinzenalmente	12	8,2	1	2,0	
	Mensalmente	18	12,2	4	8,2	
	Raramente/ Eventualmente	53	36,0	29	59,2	
Principais refeições consumidas	Café da manhã	46	30,9	17	34,7	0,968*
	Almoço	77	51,7	25	51,0	
	Lanche	18	12,1	5	10,2	
	Mais de duas	8	5,4	2	4,1	
Motivos do consumo	Preço acessível	15	10,1	4	8,2	0,982
	Falta de tempo	22	14,9	7	14,3	
	Sabor	67	45,3	22	44,9	
	Praticidade	35	23,6	12	24,5	
	Outros	9	6,1	4	8,2	
Há quanto tempo come no mercado (anos)	<1	38	26,8	12	25,0	0,288
	1 a 5	39	27,4	18	37,5	
	5 a 10	27	19,0	11	22,9	
	>10	38	26,8	7	14,6	
Come no mesmo restaurante	Sim	84	57,5	30	61,2	0,650
	Não	62	42,5	19	38,8	
Faz a refeição acompanhado (a)	Não	44	29,5	7	14,3	0,034
	Sim	105	70,5	42	85,7	
Quem acompanha	Ninguém	40	26,9	7	14,3	<0,001
	Cônjuge/namorado(a)	23	15,4	14	28,6	
	Familiares	18	12,1	17	34,7	
	Amigos	58	38,9	11	22,4	
Informação nutricional nos pratos oferecidos	Parentes e amigos	10	6,7	-	-	0,627
	Não	141	96,6	48	98,0	
Características importantes na escolha	Sim	5	3,4	1	2,0	0,959*
	Sabor	69	47,3	25	52,1	
	Higiene	24	16,4	8	16,7	
	Alimento saudável	14	9,6	5	10,4	
	Apresentação	14	9,6	4	8,3	
	Outros	25	17,1	6	12,5	
Propaganda sugerindo desconto/qualidade/saúde	Não	140	94,6	47	95,9	0,528*
	Sim	8	5,4	2	4,1	
Qual tipo informação gostaria que tivesse	Informação nutricional	41	27,5	15	30,6	0,794*
	Cardápio	9	6,1	3	6,1	
	Qualidade Nutricional/Saúde	8	5,4	5	10,2	
	Preço/promoções	10	6,7	4	8,2	
	Outros	13	8,7	3	6,1	
	Não sabe	68	45,6	19	38,8	
TOTAL		149	100,0	49	100,0	

*Teste exato de Fisher . Fonte: Dados da pesquisa.

A tabela 4 apresenta a percepção que os participantes têm do MPP, abordando itens como preço, qualidade das preparações, higiene e avaliação do serviço de alimentação oferecido nesse ambiente. Aproximadamente 80% do total de usuários consideram os preços das refeições servidas bons ou excelentes e quase 90% avaliam a qualidade das preparações como boas ou excelentes.

Com relação à percepção que os indivíduos possuem do setor de alimentação do MPP, mais da metade considera a higiene do espaço de alimentação boa ou excelente e mais de 65% avalia os restaurantes como bons ou excelentes.

Tabela 4. Percepção dos comensais acerca do serviço de alimentação oferecido no mercado. Teresina-PI, Brasil, 2019.

Variáveis	Masculino		Feminino		Valor de p*
	Nº	%	Nº	%	
Preço					
Excelente	26	17,4	8	16,3	0,815*
Bom	94	63,1	31	63,3	
Regular	25	16,8	10	20,4	
Ruim/péssima	4	2,7	-	-	
Qualidade das preparações					
Excelente	46	30,9	14	28,6	0,165*
Bom	87	58,4	29	59,2	
Regular	16	10,7	4	8,1	
Ruim	-	-	2	4,1	
Higiene					
Excelente	14	9,4	5	10,2	0,603*
Bom	68	45,6	24	49,0	
Regular	47	31,5	17	34,7	
Ruim/péssima	20	13,4	3	6,1	
Avaliação geral do mercado					
Excelente	18	12,1	4	8,2	0,724*
Bom	81	54,3	30	61,2	
Regular	46	30,9	13	26,5	
Ruim/péssima	4	2,7	2	4,1	
TOTAL	149	100,0	49	100,0	

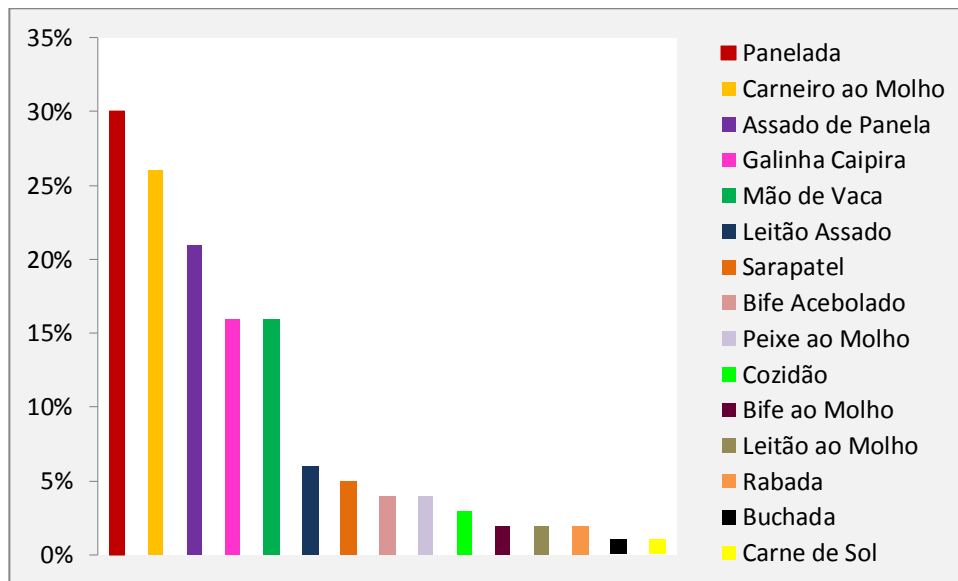
*Testes Qui-quadrado

Fonte: Dados da pesquisa.

5.3 Preparações mais consumidas

A Figura 7 nos mostra as refeições mais consumidas no horário de almoço pelos usuários do Serviço de Alimentação do mercado. Nela pode-se perceber que as preparações mais servidas foram panelada (31%), carneiro ao molho (26%), assado de panela (21%), galinha caipira (16%) e mão de vaca (16%).

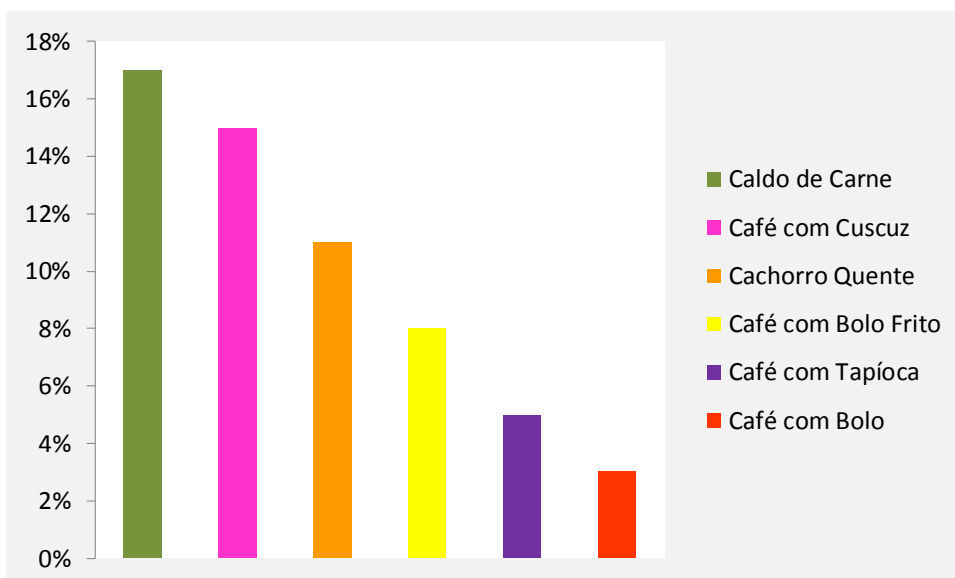
Figura 7. Preparações mais consumidas no almoço pelos participantes da pesquisa. Teresina-PI, Brasil, 2019.



Fonte: Dados da pesquisa

A Figura 8 mostra as refeições que foram mais consumidas no café da manhã pelos usuários do Serviço de Alimentação do mercado. Nela foi possível perceber que as preparações mais servidas foram caldo de carne (17%), café com cuscuz (15%) e cachorro quente (11%).

Figura 8. Preparações mais consumidas no café da manhã pelos participantes da pesquisa. Teresina-PI, Brasil, 2019.



Fonte: Dados da pesquisa.

5.4 Análise dos determinantes da escolha alimentar

A tabela 5 evidencia a média da avaliação dos participantes do estudo de acordo com as dimensões avaliadas pelo *Food Choice Questionnaire*, na qual é possível perceber que os atributos mais apreciados variaram na escala *likert* de moderadamente importante a muito importante, cuja ordem de preferência foi respectivamente: apelo sensorial (3,8), preço (3,7), saúde (3,6), conteúdo natural (3,5), conveniência (3,4), controle de peso (3,4), humor (3,3), familiaridade (3,1) e preocupação ética (3,0).

Ao compararmos os atributos avaliados por sexo, é possível perceber que as únicas dimensões que tiveram diferença estatisticamente significativa foram apelo sensorial e controle de peso. Essas dimensões foram melhor avaliada em mulheres que atribuíram médias 3,9 e 3,6 respectivamente, enquanto os homens atribuíram 3,8 e 3,3.

Tabela 5. Relevância para os principais eixos determinantes da conduta alimentar nos participantes da pesquisa segundo sexo. Teresina-PI, Brasil, 2019.

Dimensão	Geral Média (DP)	Masculino Média (DP)	Feminino Média (DP)	Valor p*
N	198	149	49	
Relacionados ao alimento				
Apelo sensorial	3,8 (0,4)	3,8 (0,4)	3,9 (0,2)	0,041
Conteúdo Natural	3,5 (0,7)	3,5 (0,7)	3,5 (0,7)	0,647
Preço	3,7 (0,7)	3,7 (0,7)	3,8 (0,4)	0,077
Familiaridade	3,1 (0,9)	3,2 (0,9)	3,0 (1,0)	0,659
Relacionados ao indivíduo				
Saúde	3,6 (0,5)	3,6 (0,6)	3,6 (0,4)	0,838
Humor	3,3 (0,7)	3,3 (0,8)	3,2 (0,7)	0,450
Conveniência	3,4(0,8)	3,3 (0,8)	3,5 (0,8)	0,154
Controle de peso	3,4 (0,8)	3,3 (0,8)	3,6 (0,6)	0,036
Preocupação Ética	3,0 (0,9)	3,1 (0,9)	3,0 (0,9)	0,471

*Teste de Wilcoxon.

Fonte: Dados da pesquisa.

A tabela 6 compara as diferentes dimensões de acordo com a conclusão de ensino superior e nível de renda.

Com relação a variável renda é possível observar que as dimensões com diferença estatisticamente significativa entre os grupos avaliados foram conveniência, apelo sensorial e preocupação ética. O grupo com menor renda atribuiu maiores valores à conveniência e apelo sensorial (3,5 e 3,9 respectivamente), enquanto o outro grupo atribuiu valores menores a essas dimensões (3,1 e 3,8). A dimensão preocupação ética obteve média maior no grupo que recebeu dois ou mais salários mínimos (3,2), quando comparado ao outro grupo (2,9). No que diz respeito à escolaridade, a única dimensão que obteve diferença estatisticamente significativa entre os dois grupos avaliados foi conveniência, o grupo com menor nível de escolaridade atribuiu 0,4 a mais na média para essa dimensão.

Tabela 6. Relevância para os principais eixos determinantes da conduta alimentar nos participantes da pesquisa segundo escolaridade e renda. Teresina-PI, Brasil, 2019.

Dimensão	Renda		Valor p	Ensino Superior Completo		Valor p*
	<2 SM Média(DP)	≥ 2SM Média(DP)		Não Média(DP)	Sim Média(DP)	
N	106	86		107	91	
Relacionados ao alimento						
Apelo sensorial	3,9 (0,4)	3,8 (0,4)	0,037	3,8 (0,4)	3,8(0,5)	0,282
Conteúdo Natural	3,4 (0,7)	3,5 (0,6)	0,366	3,4 (0,7)	3,6 (0,7)	0,074
Preço	3,7 (0,7)	3,7 (0,7)	0,438	3,7 (0,6)	3,6 (0,8)	0,963
Familiaridade	3,0 (0,9)	3,2 (0,8)	0,263	3,1 (0,9)	3,2(0,8)	0,747
Relacionados ao indivíduo						
Saúde	3,6 (0,6)	3,6 (0,5)	0,471	3,6 (0,5)	3,6 (0,6)	0,480
Humor	3,3 (0,7)	3,3 (0,8)	0,406	3,3 (0,7)	3,3 (0,8)	0,611
Conveniência	3,5 (0,8)	3,1 (0,9)	<0,001	3,5 (0,8)	3,1 (1,0)	0,029
Controle de peso	3,4 (0,8)	3,3 (0,8)	0,487	3,4 (0,8)	3,4 (0,8)	0,599
Preocupação Ética	2,9 (0,9)	3,2 (0,9)	0,010	3,0 (0,9)	3,1 (0,9)	0,611

* Teste de Wilcoxon.

Fonte: Dados da pesquisa.

A tabela 7 compara a média das dimensões estudadas de acordo com a faixa etária. Ao avaliar as dimensões por idade, é possível perceber que as únicas que tiveram diferença estatisticamente significativa foram humor, controle de peso e

familiaridade, que receberam médias maiores por indivíduos de menor idade (3,4, 3,5 e 3,3 respectivamente) em comparação ao grupo de maior idade (3,2, 3,3 e 3,0).

Tabela 7. Relevância para os principais eixos determinantes da conduta alimentar nos participantes da pesquisa segundo idade. Teresina-PI, Brasil, 2019.

Dimensão	Faixa Etária		Valor p*
	< 40 Média(DP)	≥ 40 Média(DP)	
N	105	93	
Relacionados ao alimento			
Apelo sensorial	3,9 (0,3)	3,8 (0,5)	0,293
Conteúdo Natural	3,6 (0,7)	3,4 (0,7)	0,098
Preço	3,8 (0,5)	3,6 (0,8)	0,164
Familiaridade	3,3 (0,8)	3,0 (0,9)	0,003
Relacionados ao indivíduo			
Saúde	3,6 (0,5)	3,6 (0,5)	0,137
Humor	3,4 (0,7)	3,2 (0,8)	0,010
Conveniência	3,4 (0,8)	3,4 (0,8)	0,587
Controle de peso	3,5 (0,8)	3,3 (0,8)	0,049
Preocupação Ética	3,1 (1,0)	3,0 (0,8)	0,061

* Teste de Wilcoxon

Fonte: Dados da pesquisa.

6 DISCUSSÃO

Conhecer os determinantes de escolha alimentar, especificamente entre os indivíduos que fazem refeições em ambientes fora do lar é de suma importância para o direcionamento das políticas públicas e orientação dos produtores de refeições para o cuidado com a saúde do consumidor. A escolha alimentar é um processo complexo e envolve diversos fatores relacionados ao alimento, indivíduo e ambiente.

Desse modo, considerando-se a complexidade do tema e as diversas influências direcionadas ao momento da escolha alimentar partiu-se do modelo proposto pelo autor Moraes (2017) para investigar os determinantes de escolha alimentar em frequentadores de mercado público. Os resultados alcançados apontaram o apelo sensorial, o preço e a saúde como os mais representativos. Alguns fatores individuais como sexo, escolaridade, renda e idade foram considerados para estudar a associação entre os atributos relacionados ao alimento e o indivíduo dentro do contexto alimentar mencionado no modelo citado. Diante dos resultados obtidos, observou-se que tais variáveis influenciam o consumo alimentar entre os comensais, uma vez que quando comparadas os grupos avaliados, pelo menos uma dimensão deu diferença estatisticamente significativa.

O ambiente como determinante da escolha alimentar também exerce influência em relação à aquisição de alimentos. Com relação ao MPP, a sua proximidade do centro comercial do Bairro Piçarra pode favorecer o comércio de refeições prontas para consumo no mercado, quando há a impossibilidade de realizar refeições rotineiramente dentro do lar por indivíduos que trabalham nas suas proximidades. Dentre os motivos que justificam essa realidade, Ginani (2011) destaca moradia estabelecida longe do local de trabalho, redução do tempo destinado às refeições, tráfego intenso nos centros urbanos, ausência da figura feminina, como provedora da refeição doméstica, prolongadas jornadas de trabalho entre outras.

De acordo com Cattafesta (2018) a classe trabalhadora sofre constantes influências de seu ritmo de trabalho, priorizando em suas escolhas alimentares alimentos de preparação ou aquisição rápida, prática e que sejam palatáveis, como as refeições que são oferecidas nos restaurantes do mercado.

Adultos jovens, do sexo masculino com maior nível de escolaridade predominaram nesse estudo, resultados que estão de acordo com os estudos de

Beydoun (2009), Orfanos (2007), Bezerra (2010) e Bezerra (2017) que investigaram a frequência do consumo de refeições fora de domicílio.

A POF 2008-2009, também relata maior aquisição de alimentos fora do domicílio pela população masculina. Foi possível identificar maior frequência de consumo entre os indivíduos residentes em domicílios situados na área urbana e com menos de dois moradores. Tais aspectos, juntamente com escolaridade, são importantes marcadores do nível socioeconômico dos participantes, ressaltando a importância da renda como um determinante do consumo de alimentos.

De acordo com Barros (2017), estudos sobre fatores socioeconômicos indicam que a escolaridade influencia a escolha dos alimentos estando relacionada ao maior acesso a informação, assim como a renda, possibilitando escolhas mais variadas e saudáveis.

Com relação ao consumo de álcool, a frequência é maior em homens, dado que coincide com o estudo de Bezerra (2017), cujo consumo foi dez vezes maior nesse grupo em relação às mulheres. No entanto a diferença de consumo nesse estudo é consideravelmente menor, não chegando o consumo feminino a duas vezes o consumo dos homens.

No que diz respeito à frequência de consumo de refeições no ambiente estudado, observou-se que a maioria dos comensais frequenta ou raramente ou semanalmente (de uma a cinco vezes na semana). Supõe-se que os indivíduos que relataram ir semanalmente residem ou trabalham perto do mercado buscando conveniência ou praticidade. O estudo de Pineyura (2006) identificou que o consumo alimentar rotineiro é determinado, em grande parte, pela vida profissional e por hábitos alimentares cultivados em família.

O almoço foi à refeição mais realizada pelos comensais, resultado que coincidiu com os estudos de Sanches (2011) e Duarte (2013). Presume-se que essa seja a refeição mais realizada, diante da impossibilidade de preparar suas refeições e inviabilidade de voltar em casa por pessoas que estudam ou trabalham dois turnos, sendo bem mais viável, prático e econômico fazer o desjejum antes de sair de casa. Outra justificativa seria o tempo de preparo, o almoço é a refeição que demanda mais tempo, como destaca o estudo de Pineyura (2006), essa refeição leva em média de uma a duas horas para ser preparada, enquanto o café da manhã, cerca de 20 minutos.

Dentre os motivos para comer no mercado, os mais citados foram sabor, praticidade, falta de tempo e preço. Para Cavalcante, 2017, as construções simbólicas referentes à alimentação e a representação em torno do alimento orientam as escolhas alimentares no senso comum. As comidas de mercado são popularmente conhecidas como “pesada”, que são aquelas com alta densidade energética. Desse modo, acredita-se que a alto teor de gordura e alta patabilidade da maioria das preparações servidas, justifiquem o sabor como o principal motivo para o consumo de refeições nesse ambiente. Presume-se que praticidade e falta de tempo sejam apontadas como importantes devido ao pequeno intervalo para almoço dos que trabalham nas redondezas do estabelecimento. Com relação ao preço, geralmente as comidas servidas em mercados são populares, cujo custo é menor em relação a outros tipos de locais que fornecem refeições.

A maioria dos entrevistados frequenta o mercado de 1 a 5 anos e costuma ir sempre ao mesmo restaurante, mantendo uma relação de fidelidade e confiança com os funcionários desses locais. Acredita-se que isso acontece devido ao bom atendimento realizado pelos permissionários do mercado, que com o passar do tempo, adquire uma relação de amizade e afeto com os seus clientes, passando inclusive a conhecer suas preferências e personalizar o atendimento de acordo com as preferências dos comensais. Para Loriato (2017) os consumidores estão cada vez mais interessados no atendimento e na forma como são tratados ao adquirir algum produto, sendo que esse aspecto supera, inclusive, a questão do preço e do produto oferecido.

Em geral, os indivíduos estudados costumam vir acompanhados para fazer refeições no mercado, seja de familiares ou amigos, o que favorece a socialização, o convívio e o bem estar ao partilhar refeições. Para Cardoso (2015) a comida frequentemente partilhada com outros proporciona oportunidades para o contato social, essas interações funcionam como um marco de cultura, expressão de afeto, compromisso e identidade. Desse modo, entende-se que o mercado além de ser um ambiente propagador da cultura local é também favorecedor da comensalidade.

Com relação aos fatores que influenciam as escolhas alimentares, os mais mencionados foram sabor, higiene, alimento saudável e apresentação, tais dados coincide com os estudos de Sanches (2011) e Duarte (2013). De acordo com Barros, 2017, as características sensoriais dos alimentos, especialmente o sabor, são citadas como um dos principais determinantes da escolha alimentar, sendo o sabor e

outras propriedades sensoriais, como apresentação, os principais preditores da escolha humana, sendo tais características dominantes na escolha alimentar. Os consumidores relacionam alimentação à saúde, desse modo procuram alimentos com propriedades benéficas ao organismo e escolhem locais mais limpos e higienizados.

Quando questionados quanto ao tipo de informação que gostariam de receber, a maioria dos consumidores apontou a informação nutricional como mais relevante, o que ressalta a preocupação em conhecer os nutrientes presentes nos alimentos, pois estes impactam diretamente na saúde. O fato da maioria dos comensais possuírem alto nível de escolaridade pode estar relacionado a essa escolha, uma vez que estes são capazes de interpretar esse tipo de informação e fazer escolhas mais saudáveis. Segundo Dias (2018) a informação contida na rotulagem dos alimentos, são instrumentos que permitem aos consumidores fazer escolhas informadas de alimentos saudáveis, quer do ponto de vista qualitativo quer quantitativo.

Com relação ao preço, a maioria dos participantes o classificou como bom ou excelente, o que pode ser atribuído ao fato dos mercados públicos servirem cardápios populares, cujos preços são mais acessíveis. Para Domeni (2011), cardápios populares são aqueles caracterizados pela oferta de preparações de menor custo e baixa complexidade no preparo. Além disso, a maioria considera a qualidade das refeições servidas boa ou excelente, o que permite aliar preço a qualidade, o que pode ser também determinante no consumo dessas refeições, pois nem sempre preços mais baixos indicam alimentos de menor qualidade. Esses fatores, juntamente com o bom atendimento realizado pelos permissionários, podem estar relacionados à avaliação boa ou excelente atribuída pela maioria dos comensais aos restaurantes do mercado.

Dentre as preparações mais consumidas observou-se a predominância de pratos típicos, como a panelada, carneiro ao molho, assado de panela, galinha caipira e mão de vaca. Pineyrua (2006) define produto típico como aquele que tem características históricas e culturais distintas e com atributos físicos profundamente enraizados na sua origem. Essa escolha pode estar relacionada ao sentimento de pertencimento e identidade que preparações tradicionais são capazes de evocar nos indivíduos. Segundo Pineyrua (2006), os povos latinos sempre tiveram uma relação

de identidade muito forte com a produção, a elaboração e degustação de alimentos, valorizando os “produtos da terra” e os “braços” que o produzem.

Com relação aos determinantes da escolha alimentar observou-se que os atributos mais valorizados em todas as categorias avaliadas foram apelo sensorial, preço e saúde. Tais itens foram os mais relevantes no processo de escolha alimentar, podendo sofrer algumas variações de acordo com sexo, renda, escolaridade e idade. O apelo sensorial foi apontado em todas as categorias avaliadas como o fator mais relevante no processo de escolha alimentar. De acordo com Barros (2017), as características sensoriais dos alimentos, especialmente o sabor, são os principais preditores da escolha humana, sendo tais características dominantes na escolha alimentar.

O preço foi o segundo fator mais determinante da escolha alimentar, o que pode ser justificado pelo fato da maioria dos entrevistados serem classificados como de baixa renda, 86% pertenciam as classes E e D. De acordo com o IBGE (2006), famílias de baixa renda são aquelas cuja renda mensal chega a 2 salários mínimos (nível E); entre 2 e 5 salários mínimos, denominada classe D; e as famílias cuja renda varia de 4 a 8 salários mínimos são consideradas C2 (renda média baixa). Segundo Defantes (2015) a população de baixa renda, mesmo tendo acesso ao alimento, está mais inclinada a economizar na compra, o que pode significar redução na qualidade de vida e variedade de alimentos. Tal fato pode justificar o fato desses indivíduos terem atribuído maior valor a dimensão preço em detrimento a dimensão saúde. Para Claro (2016) a alimentação possui o maior peso no orçamento das famílias mais pobres, sendo a aquisição de alimentos especialmente sensível à variação no preço dos produtos.

A saúde, terceiro atributo melhor avaliado, pode estar relacionada à associação existente entre alimentação saudável e a prevenção de doenças. Para Dias (2018), há um crescente interesse da população pelos alimentos que ingere, com intuito de obter bem estar físico, mental e emocional a curto e longo prazo.

Um estudo realizado no Reino Unido por Steptoe, pesquisador que formulou o Food Choice Questionnaire em 1995, avaliou os principais determinantes da escolha alimentar nessa população, as dimensões consideradas mais importantes para escolha alimentar foram apelo sensorial, saúde, conveniência e preço, coincidindo com os dados desse estudo, ocorrendo variação apenas na ordem de importância desses itens. Resultados semelhantes aos achados dessa pesquisa foram

encontrados também no estudo de Glanz (1998) que avaliou os principais preditores da escolha alimentar entre americanos, de um modo geral, o apelo sensorial foi considerado o fator mais importante para a escolha alimentar, seguido por preço, saúde, conveniência e controle de peso.

Um estudo transcultural realizado por Pretscott (2002), no Japão, Nova Zelândia, Taiwan e Malásia comparou os principais motivos para escolha alimentar entre esses consumidores, entretanto a Nova Zelândia foi o único país que apresentou resultados semelhantes aos achados desse estudo, incluindo o grau de importância atribuído aos fatores apelo sensorial, preço e saúde. No Japão entre os quatro atributos mais valorizados, preocupação ética é o único que difere dos mais valorizados desse estudo, havendo diferença também no grau de importância apontado para os demais fatores. Em Taiwan e na Malásia, conveniência e controle de peso são atributos que diferem dos quatro fatores melhor avaliados nessa pesquisa, o grau de importância atribuído à saúde e conteúdo natural dos alimentos também sofreu variação. Tais achados mostram as variações existentes entre diversos países, o que sugere que esses dados são influenciados pelas diferenças culturais existentes em cada nação.

Ao comparar os determinantes de escolha alimentar por sexo, as únicas diferenças estatisticamente significativas observadas foram que as mulheres atribuíram maior importância às dimensões apelo sensorial e controle de peso em relação aos homens. Nesse sentido, acredita-se que há uma cobrança maior por parte da sociedade para que o sexo feminino se enquadre dentro do padrão de beleza considerado ideal e tente alcançar um corpo perfeito, o que pode interferir no comportamento e escolhas alimentares, restringindo o consumo de alguns tipos de alimentos tidos como calóricos. Essa restrição pode ser responsável pela maior valorização da dimensão apelo sensorial encontrada nesse grupo. Do ponto de vista biológico, em decorrência dos hormônios femininos é natural que as mulheres tenham uma tendência maior ao acúmulo de gordura e obesidade, além disso, fases da vida como a gestação e amamentação favorecem o ganho de peso.

O estudo de Ferreira (2017), realizado no Brasil com mulheres de baixa renda, constatou que esse grupo tinha predileção por um cardápio monótono, composto por alimentos calóricos à base de farinhas, açúcares e gorduras. Sabe-se que alimentos fontes desses nutrientes possuem alta densidade energética e

palatabilidade, o que pode justificar maior valorização ao apelo sensorial e controle de peso.

O estudo de Pearcey (2018), que avaliou o motivo para as escolhas alimentares em americanos e chineses por sexo não encontrou diferença quanto à dimensão apelo sensorial, porém em relação ao controle de peso, assim como nessa pesquisa, o grupo feminino atribuiu maior importância a essa dimensão quando comparadas aos homens dos dois países.

Quando se comparou os determinantes da escolha alimentar por renda, as diferenças estatisticamente significativas observadas foram com relação ao apelo sensorial, conveniência e preocupação ética. O grupo com menor renda valorizou mais apelo sensorial e conveniência em relação ao outro grupo, enquanto o grupo de maior renda atribuiu maior valor à preocupação ética. Com relação ao apelo sensorial e preocupação ética, espera-se que indivíduos com menor renda, tenham menor nível de conhecimento sobre as características nutricionais dos alimentos e os impactos que suas ações geram a sua saúde e ao meio ambiente em comparação aos que possuem maior renda, desse modo o apelo sensorial é mais valorizado em detrimento a escolha de alimentos mais saudáveis e a preocupação ética menos valorizada, sendo essa relação inversamente proporcional ao nível de conhecimento. A conveniência foi mais valorizada pelo grupo de menor renda e menor escolaridade, o que pode ser associado ao fato dos indivíduos com menor renda disporem de recursos limitados ao realizarem suas escolhas alimentares.

Segundo, Barros (2017), estudos sobre fatores socioeconômicos indicam que a escolaridade influencia a escolha de alimentos, pois está relacionado com o maior acesso a informação, assim como o rendimento, contribuindo para escolhas variadas e mais saudáveis, refletindo em alimentação de melhor qualidade. A escolaridade do indivíduo também está relacionada ao conhecimento nutricional, o que proporciona escolha e consumo de alimentos mais saudáveis.

No que se diz respeito à faixa etária, observou-se que o grupo de menor idade atribuiu maior relevância as dimensões humor, controle de peso e familiaridade em relação ao outro grupo. Com relação ao controle de peso espera-se que os mais jovens tenham maior preocupação com esse fator, uma vez que tendem a valorizar mais a forma física que os mais velhos. Já no que diz respeito ao humor, acredita-se que com advento da propagação das redes sociais e com o maior acesso tecnologia, observa-se uma tendência ao afastamento entre as pessoas em

detrimento de amizades virtuais, o que pode gerar a sensação de vazio e solidão e maior valorização da dimensão humor.

No estudo de Duarte (2013), realizado em jovens universitários mostrou que a preocupação com a aparência física influencia as escolhas alimentares, de tal modo que a qualidade nutricional é apontada como atributo mais importante na compra de alimentos, evidenciando preocupação com a forma física, controle de peso e vida saudável.

A partir dessas interpretações percebeu-se as complexas interações que envolvem a escolha alimentar, sendo repleta de um sentido prático, atendendo as necessidades fisiológicas, como também de significados simbólicos diversos que nem sempre influenciam de modo semelhante na relação daquilo que se determina para comer ou não (LEICHT, 2003). Diante dessas questões, os resultados do presente trabalho trazem informações importantes que permitem identificar as variáveis sociais que podem influenciar a decisão de compra de alimentos e escolha alimentar. Nesse sentido, ressalta-se que tiveram maior destaque sabor, preço e saúde.

No entanto, é importante acrescentar que os atributos aqui destacados pelos comensais não podem ser considerado como rigorosamente adequados ou não na escolha alimentar diante da complexidade de fatores culturais, sociais e psicobiológicos que exercem influencia marcante na alimentação. Entende-se que apesar dos resultados encontrados trazerem uma melhor compreensão do tema em questão este estudo apresenta limitações. Como exemplo, pode-se citar o desenho do estudo ser do tipo transversal; as informações reportadas no momento da entrevista, de modo que os resultados estão condicionados a esse momento. Outras limitações é que não foi possível obter outras medidas que também são determinantes da escolha alimentar como a influência da mídia, das redes sociais e da religiosidade sobre as escolhas alimentares, no entanto, acredita-se que os fatores principais que direcionam a escolha alimentar tenham sido avaliados.

A alimentação distribuída nos restaurantes do mercado está organizada dentro de uma lógica cultural específica, e nesse ambiente, como aponta Leicht (2003), as escolhas alimentares não acontecem de modo aleatório ou homogêneo, mas segue um conjunto de orientações simbólicas que levam em consideração as motivações pessoais, os objetivos e as particularidades de cada situação.

Por fim, destaca-se que este estudo é pioneiro na investigação dos fatores determinantes da escolha alimentar em restaurantes de mercado público municipal em Teresina. Sugere-se que outros estudos sejam realizados no sentido de esclarecer a influencia que esses determinantes exercem sobre o estado nutricional e as suas reflexões na saúde pública.

7 CONCLUSÕES

O apelo sensorial do alimento foi o atributo mais valorizado nessa população, o que pode se sobrepor a busca por uma alimentação saudável, uma vez que tanto esse fator, como preço se destacaram como mais importante que o fator saúde. Nesse sentido conhecer os principais determinantes da escolha alimentar, consiste numa ótima estratégia para direcionar ações de educação alimentar, pois desse modo, é possível conhecer os principais motivadores do consumo alimentar e atuar na origem do problema, quando houver.

O perfil dos comensais pôde ser caracterizado por indivíduos de baixa renda, adultos jovens, casados, pardos, que dividiam a renda com outra pessoa, residiam em Teresina, não apresentavam doenças diagnosticadas por médicos, praticantes de atividade física e não fumantes.

As preparações mais consumidas no almoço foram panelada, carneiro ao molho, assado de panela e galinha caipira, sendo todas as preparações típicas da região. As preparações mais consumidas no desjejum foram caldo de carne, café com cuscuz e cachorro quente.

As variáveis sexo, nível de escolaridade, renda e idade são determinantes do consumo alimentar, pois influenciam e direcionam as escolhas alimentares.

Diante do exposto, é notável que os mercados públicos, em particular o mercado da Piçarra, é um espaço dotado de simbolismo e replicador da cultura local, uma vez que fornece a população produtos e pratos típicos da região. Além disso, são favorecedores da socialização e comensalidade entre os usuários do serviço de alimentação, que dentre diversos atributos são atraídos principalmente pelo sabor das preparações servidas, pela falta de tempo, praticidade em encontrar o alimento pronto para o consumo e pelo baixo custo das refeições.

8 SUGESTÕES E CONTRIBUIÇÕES

8.1 Sugestões

Diante dos resultados obtidos, percebeu-se que os comensais sentiam falta da informação nutricional das preparações servidas no mercado, desse modo sugere-se que estas sejam avaliadas quantitativamente e qualitativamente para que futuramente os mesmos tenham acesso a esses dados e a opção de escolher refeições mais saudáveis. Além disso, informações básicas como as opções de preparações, acompanhamentos e preço das refeições poderiam ser fornecidas em um cardápio pelos permissionários.

8.2 Contribuições

O presente estudo vai contribuir para maior conhecimento acerca da comensalidade praticada em mercados públicos e sobre os determinantes da escolha alimentar, uma vez que a literatura a respeito desse temas é bastante escassa.

REFERÊNCIAS

- ANDRADE, Luciana. Os Mercados e os Dilemas da Autenticidade. Uma análise do Mercado Central de Belo Horizonte. **Interseções: Revista de Estudos Interdisciplinares**, v. 19, n. 2, 2017.
- ALVARENGUA, M. et al. **Nutrição comportamental**. Manole: Barueri, 2015.
- ALVES, Lidiane Aparecida; RIBEIRO FILHO, Vitor. Os mercados públicos e a cidade: as transformações do Mercado Municipal de Uberlândia (MG). **Caminhos de Geografia**, v. 12, n. 39, 2011.
- AZEVEDO, Elaine. Alimentação, sociedade e cultura: temas contemporâneos. **Sociologias**, v. 19, n. 44, 2017.
- BARROS, Filipa Alexandra Gonçalves. Avaliação do impacto da informação nutricional nas escolhas dos consumidores do refeitório de profissionais de uma unidade hospitalar. **Repositório Aberto**, 2017.
- BEZERRA, Ilana Nogueira; SICHIERI, Rosely. Características e gastos com alimentação fora do domicílio no Brasil. **Revista de Saúde Pública**, v. 44, p. 221-229, 2010.
- BEZERRA, Ilana Nogueira et al. Consumo de alimentos fora do lar no Brasil segundo locais de aquisição. **Rev. Saúde Pública**, v. 51, p. -, 2017.
- BEYDOUN, May A.; POWELL, Lisa M.; WANG, Youfa. Reduced away-from-home food expenditure and better nutrition knowledge and belief can improve quality of dietary intake among US adults. **Public health nutrition**, v. 12, n. 3, p. 369-381, 2009.
- BRANDÃO, P.D.C.R.; LUCENA, F.S.A. **O Mercado Público Central de João Pessoa como Pólo Gastronômico e Turístico**. Anais do VII Seminário de Pesquisa em Turismo Mercosul, 2012. P.1-13. Disponível: < https://www.uces.br/site/midia/arquivos/o_mercado_publico.pdf > Acesso 20 abr 2019.
- BUSATO, M. A; PEDROLO, C.; GALLINA, L. S.; ROSA, L. Ambiente e alimentação saudável: percepções e práticas de estudantes universitários. **Semina: ciências biológicas e da saúde**, Londrina, v. 36, n. 2, p. 75-84, 2015.
- CARDOSO, Susana et al. Escolhas e hábitos alimentares em adolescentes: associação com padrões alimentares do agregado familiar. **Revista Portuguesa de Saúde Pública**, v. 33, n. 2, p. 128-136, 2015.
- CARVALHO, Carolina Abreu de et al. Metodologias de identificação de padrões alimentares a posteriori em crianças brasileiras: revisão sistemática. **Ciência & Saúde Coletiva**, v. 21, p. 143-154, 2016.
- CARVALHO, Pedro Batista. Das insígnias da fé ao bairro. **Cadernos de Teresina**. Ano XXXI, Nº 42, p. 50-52, 2017.

CATTAFESTA, Monica; SALAROLI, Luciane Bresciani. Padrões alimentares e saúde ocupacional. **Revista Brasileira de Pesquisa em Saúde/Brazilian Journal of Health Research**, v. 19, n. 4, p. 4-5, 2018.

CAVALCANTE, Caio Mateus Bessa. As comidas que alimentam o meu povo do Alto Oeste Potiguar. 2017. Trabalho de Conclusão de Curso. Universidade Federal do Rio Grande do Norte.

CLARO, Rafael Moreira et al. Preço dos alimentos no Brasil: prefira preparações culinárias a alimentos ultraprocessados. **Cadernos de Saúde Pública**, v. 32, p. e00104715, 2016.

DA COSTA LOUZADA, Maria Laura et al. Alimentos ultraprocessados e perfil nutricional da dieta no Brasil. **Revista de Saúde Pública**, v. 49, p. 00-00, 2015.

DEFANTE, Lilliane Renata; NASCIMENTO, Leidy Diana Oliveira; DE OLIVEIRA LIMA-FILHO, Dario. Comportamento de consumo de alimentos de famílias de baixa renda de pequenas cidades brasileiras: o caso de Mato Grosso do Sul. **Interações (Campo Grande)**, v. 16, n. 2, 2015.

DE MORAES SERVILHA, Mateus; DOULA, Sheila Maria. O mercado como um lugar social: as contribuições de Braudel e Geertz para o estudo socioespacial de mercados municipais e feiras. **Revista Faz Ciência**, v. 11, n. 13, p. 123, 2009.

DE QUEIROZ, Pedro Wesley Vertino; COELHO, Alexandre Bragança. Alimentação fora de casa: uma investigação sobre os determinantes da decisão de consumo dos domicílios brasileiros. **Análise Econômica**, v. 35, n. 67, 2017.

DIAS, M. Graça. Alimentação saudável: a composição dos alimentos nas escolhas dos consumidores. **Boletim Epidemiológico Observações**, v. 7, n. 22, p. 3-4, 2018.

DOMENE, S.M.A. **Técnica dietética: teoria e aplicações**. Rio de Janeiro: Guanabara Koogan, p.249. 2001.

DUARTE, Flávia Moreno; ALMEIDA, Suzy Darlen Soares de; MARTINS, Karine Anusca. Alimentação fora do domicílio de universitários de alguns cursos da área da saúde de uma instituição privada. **O mundo da Saúde**, v. 37, n. 3, p. 288-298, 2013.

ESTIMA, C.C.P. et al. Fatores determinantes de consumo alimentar: por que os indivíduos comem o que comem?. **Revista Brasileira de Nutrição Clínica**, v. 24, n. 4, p. 263-268, São Paulo, 2009.

ESTIMA, Camilla de Chermont Próchnik. **Por que os adolescentes comem o que comem? Determinantes do consumo alimentar**. 2012. Tese de Doutorado. Universidade de São Paulo.

FERRAZ, Diogo et al. Os Determinantes do Consumo Alimentar Domiciliar: uma comparação entre estratos de renda no Brasil pelos dados da POF de 2008/2009. **Segurança Alimentar e Nutricional**, v. 25, n. 2, p. 38-50, 2018.

FERREIRA, Célia; MARQUES, Teresa; GUERRA, Paula. Feiras e mercados no Porto: velhos e novos formatos de atividade económica e animação urbana. **GOT, Revista de Geografia e Ordenamento do Território**, n. 8, p. 75-102, 2015.

FERREIRA, Vanessa Alves; MAGALHÃES, Rosana. Práticas alimentares de mulheres beneficiárias do Programa Bolsa Família na perspectiva da promoção da saúde. **Saúde e Sociedade**, v. 26, p. 987-998, 2017.

FREIRE, Ana Lucy Oliveira. Mercados públicos: de equipamentos de abastecimento de alimentos a espaços gastronômicos para o turismo/Public markets: from food supply equipment to gastronomic spaces for tourism. **Geografares**, n. 25, p. 176-198, 2018.

FREITAS, Marlos Rocha; DE OLIVEIRA, Lilian Rodrigues. Era uma casa muito engraçada, não tinha teto, não tinha nada! As representações sociais do mercado municipal de Uberlândia. **Revista de Administração IMED**, v. 7, n. 1, p. 137-157, 2017.

FURST, Tanis et al. Food choice: a conceptual model of the process. **Appetite**, v. 26, n. 3, p. 247-266, 1996.

GLANZ, Karen et al. Why Americans eat what they do: taste, nutrition, cost, convenience, and weight control concerns as influences on food consumption. **Journal of the American Dietetic Association**, v. 98, n. 10, p. 1118-1126, 1998.

GINANI, Verônica Cortez. **Avaliação da qualidade nutricional, sensorial e cultural de cardápios populares**. 2011. 144 f., il. Tese (Doutorado em Nutrição Humana)—Universidade de Brasília, Brasília, 2011.

GODINHO, Cristina; MARQUES, Marta M. Promoção de comportamentos alimentares saudáveis e gestão do peso: Investigação em Portugal. **Psychology, Community & Health**, v. 5, n. 2, p. 80-84, 2016.

HEITOR, Sara Franco Diniz et al. Tradução e adaptação cultural do questionário sobre motivo das escolhas alimentares (Food Choice Questionnaire—FCQ) para a língua portuguesa. **Ciência & Saúde Coletiva**, v. 20, p. 2339-2346, 2015.

HEITOR, Sara Franco Diniz et al. Validade da estrutura fatorial da escala de versão brasileira do Food Choice Questionnaire.. **Cien Saude Colet**. Disponível em:<http://www.cienciaesaudecoletiva.com.br/artigos/validade-da-estrutura-fatorial-da-escala-de-versao-brasileira-do-food-choice-questionnaire/16614?id=16614>. Acesso 30 mar 2019.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA- IBGE. **Censo agropecuário 2006: Agricultura Familiar**. Rio de Janeiro, 2006, p.1-267.

JAEGER, Sara R. et al. The food choice kaleidoscope. A framework for structured description of product, place and person as sources of variation in food choices. **Appetite**, v. 56, n. 2, p. 412-423, 2011

JOMORI, Manuela Mika; PROENÇA, Rossana Pacheco da Costa; CALVO, Maria Cristina Marino. Food choice factors. **Revista de Nutrição**, v. 21, n. 1, p. 63-73, 2008.

LEICHT, J.H. Um Olhar Antropológico sobre o Hábito de Comer Fora. **Campos**, v.4, p.171-194, 2003.

LORIATO, Hannah Nicchio; PELISSARI, Anderson Soncini. Atributos determinantes na decisão de compra e satisfação dos clientes: um estudo em estabelecimentos que comercializam comida de rua. **Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo**, v. 11, n. 1, p. 109-132, 2017.

KORITAR, Priscila. **Atitudes em relação à saúde e sabor dos alimentos e imagem corporal entre mulheres**. 2013. Tese de Doutorado. Universidade de São Paulo.

LENG, Gareth et al. The determinants of food choice. **Proceedings of the Nutrition Society**, v. 76, n. 3, p. 316-327, 2017.

MACHADO, Isabel Kasper et al. Repercussões do cenário contemporâneo no ato de compartilhar refeições em família. **Psicologia Argumento**, v. 32, n. 76, 2014.

MENDES-NETTO, Raquel Simões et al. Ações Educativas para Promoção de Hábitos Alimentares Saudáveis: relato de uma experiência. **Revista de Extensão Universitária da UFS**, São Cristovão-SE, v. 1, n. 2, 2014

MISSAGIA, Simone Veloso. **A influência dos valores alimentares e das atitudes no consumo de alimentos saudáveis**. 2012. Dissertação de Mestrado. Universidade Federal de Lavras.

MORAES, Jéssica Maria Muniz. **Por que as pessoas comem o que comem? Comparação das motivações para comer entre dois contextos socioeconômicos díspares no Brasil**. 2017. Tese de Doutorado. Universidade de São Paulo.

MOTA, Diana Cândida Lacerda. **Comportamento Alimentar, ansiedade, depressão e imagem corporal em mulheres submetidas à cirurgia bariátrica**. Tese de Doutorado. Universidade de São Paulo, 2012.

OLIVEIRA, Aline CG et al. Percepção dos consumidores sobre o comércio de alimentos de rua e avaliação do teste de mercado do caldo de cana processado e embalado em seis municípios do estado de São Paulo, Brasil. **Alimentos e Nutrição Araraquara**, v. 18, n. 4, p. 397-403, 2007.

OLIVEIRA, Tatiana Coura et al. Concepções sobre práticas alimentares em mulheres de camadas populares no Rio de Janeiro, RJ, Brasil: transformações e ressignificações. **Interface-Comunicação, Saúde, Educação**, 2017.

ORFANOS, Philippos et al. Eating out of home and its correlates in 10 European countries. The European Prospective Investigation into Cancer and Nutrition (EPIC) study. **Public Health Nutrition**, v. 10, n. 12, p. 1515-1525, 2007.

PEARCEY, Sharon M.; ZHAN, Ginny Q. A comparative study of American and Chinese college students' motives for food choice. **Appetite**, v. 123, p. 325-333, 2018.

PEREIRA, Cláudia Madeira; SILVA, Adelina Lopes da; SÁ, Maria Isabel de. Fatores que influenciam os comportamentos alimentares: questionário das escolhas alimentares dos adolescentes. **Psicologia, Saúde & Doenças**, v. 16, n. 3, p. 421-438, 2015.

PESQUISA DE ORÇAMENTO FAMILIAR 2008-2009: **Análise do consumo alimentar pessoal no Brasil**. IBGE, Coordenação de Trabalho e Rendimento.- Rio de Janeiro: IBGE, 2011.

PINEYRUA, Diego Gilberto Ferber. **Regionalismo alimentar: identificação de grupos de consumidores que valorizam o prazer e as tradições alimentares**. 2006. Dissertação de Mestrado.

POLÔNIO, Maria Lúcia Teixeira; PERES, Frederico. Consumo de aditivos alimentares e efeitos à saúde: desafios para a saúde pública brasileira. **Cadernos de Saúde Pública**, v. 25, p. 1653-1666, 2009.

POULAIN, J.P.; PROENÇA, R.P.C. Reflexões metodológicas para o estudo das práticas alimentares. **Revista de Nutrição**, 2003.

PREFEITURA MUNICIPAL DE TERESINA. **Histórico dos mercados públicos da zona sul de Teresina**. Disponível em: <https://semplan.teresina.pi.gov.br/historia-de-teresina/> Acesso em 28 mar 2019.

PRESCOTT, John et al. Motives for food choice: a comparison of consumers from Japan, Taiwan, Malaysia and New Zealand. **Food quality and preference**, v. 13, n. 7-8, p. 489-495, 2002.

SANCHES, Michele et al. Alimentação fora do domicílio de consumidores do município de Campinas, São Paulo. **Revista de Nutrição**, 2011.

SILVA, ANTONIO CARLOS BARBOSA. Debates sobre culturas alimentares: conversas em torno da cultura alimentar brasileira. **RELACult-Revista Latino-Americana de Estudos em Cultura e Sociedade**, v. 4, n. 3, 2018.

SILVA, C.F. **Influências da gastronomia no processo de evolução de Teresina**. Trabalho de Conclusão de Curso em Tecnologia em Gastronomia do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Piauí- IFPI. Teresina, 2014. Disponível em <<http://br.monografias.com/trabalhos-pdf/influencias-gastronomia-processo-evolucao-teresina/influencias-gastronomia-processo-evolucao-teresina.pdf>>. Acesso: 19 abr 2019.

SOUZA, Elton Bicalho. Transição nutricional no Brasil: análise dos principais fatores. **Cadernos UniFOA**, v. 5, n. 13, p. 49-53, 2017.

STEPTOE, Andrew; POLLARD, Tessa M.; WARDLE, Jane. Development of a measure of the motives underlying the selection of food: the food choice questionnaire. **Appetite**, v. 25, n. 3, p. 267-284, 1995.

TORAL, N.; SLATER, B. Abordagem do modelo transteórico no comportamento alimentar. **Ciência & Saúde Coletiva**, v. 12, n. 6, 2007.

VALLE, Janaína Mello Nasser; EUCLYDES, Marilene Pinheiro. A formação dos hábitos alimentares na infância: uma revisão de alguns aspectos abordados na literatura nos últimos dez anos. **Rev APS**, v. 10, n. 1, p. 56-65, 2007.

VAZ, DIANA SOUZA SANTOS; BENNEMANN, ROSE MARI. Comportamento alimentar e hábito alimentar: uma revisão. **Revista UNINGÁ Review**, v. 20, n. 1, 2014.

VIANA, V. Psicologia, saúde e nutrição: Contributo para o estudo do comportamento alimentar. **Análise Psicológica**, v. 20, n. 4, p. 611-624, 2002.

ANEXOS

ANEXO 1

DETERMINANTES DA ESCOLHA ALIMENTAR

Observe as escalas de pontuação abaixo e responda, atribuindo nota 1 a 4 aos itens referentes às suas escolhas alimentares conforme o grau de importância.

- [1] NADA IMPORTANTE
- [2] UM POUCO IMPORTANTE
- [3] MODERADAMENTE IMPORTANTE
- [4] MUITO IMPORTANTE

1. Para mim é importante que o alimento que eu coma o dia-a-dia:

- Contenha uma grande quantidade de vitaminas e minerais.
- Me mantenha saudável.
- Tenha muita proteína.
- Seja bom para minha pele/dentes/cabelo/unhas, etc.
- Seja rico em fibra e me dê saciedade.
- Me ajude a lidar com o estresse.
- Me ajude a lidar com a vida.
- Me mantenha acordado (a) / alerta.
- Me deixe alegre / animado.
- Faça com que eu me sinta bem.
- Seja fácil de preparar.
- Possa ser comprado em locais perto de onde eu moro ou trabalho.
- Tenha um bom cheiro.
- Tenha uma boa aparência.
- Tenha uma textura agradável.
- Seja gostoso.
- Contenha ingredientes naturais.
- Não contenha ingredientes artificiais.
- Tenha o preço justo.
- Tenha poucas calorias.
- Me ajude a controlar o meu peso.
- Tenha pouca gordura.
- Seja o que eu costumo comer.
- Seja familiar.
- Seja parecido com a comida que eu comia quando era criança.
- Seja embalado de forma que não prejudique o meio ambiente

ANEXO 2



**UNIVERSIDADE FEDERAL DO PIAUÍ
PRÓ- REITORIA DE ENSINO E PÓS- GRADUAÇÃO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ALIMENTOS E NUTRIÇÃO**

TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO Nº _____

Você está sendo convidado (a) a participar, como voluntário (a), em uma pesquisa. Você precisa decidir se quer participar ou não. Por favor, não se apresse em tomar a decisão. Leia cuidadosamente o que se segue e pergunte ao responsável pelo estudo sobre qualquer dúvida que tiver. Este estudo está sendo conduzido pela Prof^a Dra Cecília Maria Resende Gonçalves de Carvalho, pela doutoranda Martha Teresa Siqueira Marques Melo e mestrandas Ana Cláudia Carvalho Moura. Após ser **esclarecido** (a) sobre as informações a seguir, no caso de aceitar fazer parte do estudo, assine este documento, que está em duas vias. Uma delas é sua e a outra é do pesquisador responsável. Em caso de recusa você não será penalizado (a) de forma alguma. Em caso de dúvida você pode procurar o Comitê de Ética em Pesquisa da Universidade Federal do Piauí pelo telefone (86) 3215-5734

Esclarecimentos sobre a pesquisa

Título do Projeto: “Avaliação das preparações culinárias tradicionais piauienses: um diagnóstico sob a ótica gastronômica e da segurança alimentar e nutricional em mercado público.

Orientadora: Prof^a Dra Cecília Maria Resende Gonçalves de Carvalho

Pesquisadores Responsáveis:

Martha Teresa Siqueira Marques Melo

Ana Cláudia Carvalho Moura

Telefone para contato (inclusive ligações a cobrar): (86) 3237-2062

Pesquisadores Participantes:

Ana Cláudia Carvalho Moura

Martha Teresa Siqueira Marques Melo

Telefone para contato (inclusive ligações a cobrar): 3215-5863

DESCRIÇÃO DA PESQUISA

Esta pesquisa tem por objetivo “Avaliar o processo produtivo das preparações culinárias e como se estabelece as formas de consumo e a segurança alimentar e nutricional dos consumidores em um mercado público de Teresina”. Ao participar da pesquisa os participantes não sofrerão nenhum prejuízo e terão como benefícios, em qualquer etapa do estudo, o participante terá acesso aos profissionais responsáveis pela pesquisa para esclarecimentos de eventuais dúvidas. O principal investigador é a Prof^a Dra Cecília Maria Resende Gonçalves de Carvalho, que pode ser encontrada no endereço Campus Ministro Petrônio Portela, Bairro Ininga, Teresina, Piauí, Brasil; telefone: (86) 3237-2062. Se você tiver alguma consideração ou dúvida sobre a ética da pesquisa, entre em contato com o Comitê de Ética da Pesquisa (CEP) da Universidade Federal do Piauí (Campus Universitário Ministro Petrônio Portela, Bairro Ininga, Teresina, Piauí, Brasil: telefones: (86) 3215-5734 – Fax (86) 3215-5560.

A coleta de dados terá início no primeiro semestre de 2018 até o término do segundo semestre de 2018. O participante terá o direito de retirar o consentimento a qualquer tempo, sem que se passe por qualquer constrangimento por parte do pesquisador.

Prof^a MSC. Martha Teresa Siqueira Marques Melo



**UNIVERSIDADE FEDERAL DO PIAUÍ
PRÓ- REITORIA DE ENSINO E PÓS- GRADUAÇÃO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ALIMENTOS E NUTRIÇÃO**

CONSENTIMENTO DA PARTICIPAÇÃO DA PESSOA COMO SUJEITO

Eu, _____, RG _____
_____, CPF _____, telefone _____, abaixo

assinado, concordo em participar do estudo “Avaliação das preparações culinárias tradicionais piauienses: um diagnóstico sob a ótica gastronômica e da segurança alimentar e nutricional em mercado público”. Tive pleno conhecimento das informações que li ou foram lidas para mim. Ficaram claros para mim os propósitos do estudo, os procedimentos a serem realizados, seus desconfortos e riscos, as garantias de confidencialidade e de esclarecimentos permanentes. Ficou claro também que minha participação é isenta de despesas. Concordo, voluntariamente, em participar desse estudo e poderei retirar o meu consentimento a qualquer momento, antes ou durante o mesmo. A retirada do consentimento da participação no estudo não acarretará penalidades ou prejuízos ou perda de qualquer benefício que possa ter adquirido.

Teresina, Piauí: _____/_____/_____

Assinatura do Responsável

Presenciamos a solicitação de consentimento, esclarecimentos sobre a pesquisa e aceite do sujeito em participar.

Testemunhas (não ligadas à equipe de pesquisadores)

Nome: _____

Assinatura: _____

Nome: _____

Assinatura: _____
—

Observações Complementares:

Se você tiver alguma consideração ou dúvida sobre a ética da pesquisa, entre em contato : Comitê de Ética da Pesquisa-UFPI –Campus Universitário Ministro Petrônio Portela, Bairro Ininga, Centro de Conveniência L09 e 10- CEP: 64049-550, Teresina, PI, telefones: (86) 3215-5734 – email: cep.ufpi@ufpi.br web: www.ufpi.br/cep

APÊNDICES

APENDICE A

**MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
UNIVERSIDADE FEDERAL DO PIAUÍ
PRÓ-REITORIA DE PESQUISA
COORDENADORIA DE PESQUISA**

Campus Universitário Ministro Petrônio Portela, Bloco 06 – Bairro Ininga

CEP: 64.049-550 – Teresina/PI – Brasil – Fone: (86) 3215-5564

E-mail: pesquisa@ufpi.br

QUESTIONÁRIO DE PESQUISA DE CAMPO

PREPARAÇÃO:

DATA: _____ DIA DA SEMANA:

SÓ ACOMPANHADO

A – DADOS SOCIODEMOGRÁFICOS

P1. SEXO

MASCULINO	1
FEMININO	2

P2. DATA DE NASCIMENTO ____/____/____ IDADE ____ ANOS

NS/NR	9
-------	---

P3. LUGAR ONDE RESIDE ATUALMENTE

TERESINA	1
OUTRA CIDADE	2

P4. RAÇA OU ETNIA

BRANCA	1
PRETA	2
PARDA	3
AMARELA	4
INDÍGENA	5
NS/NR	9

P5. SITUAÇÃO CONJUGAL

SOLTEIRO	1
CASADO	2
UNIÃO ESTÁVEL	3
SEPARADO	4
DIVORCIADO	5
VIÚVO	6
NS/NR	9

P6. NÍVEL DE ESCOLARIDADE

PROFISSÃO _____

NÃO FREQUENTEI A ESCOLA	1
ENSINO FUNDAMENTAL INCOMPLETO	2
ENSINO FUNDAMENTAL COMPLETO	3
ENSINO MÉDIO INCOMPLETO	4

ENSINO MÉDIO COMPLETO	5
ENSINO SUPERIOR INCOMPLETO	6
ENSINO SUPERIOR COMPLETO	7
PÓS-GRADUAÇÃO	8
NS/NR	9

P7. RENDA EM SALÁRIOS MÍNIMOS

MENOS DE 1 SM	1
DE 1 A 2 SM	2
DE 2 A 5 SM	3
MAIS DE 5 SM	4
NÃO POSSUI RENDA	5
NS/NR	9

P8. PESSOAS QUE VIVEM DA RENDA DECLARADA

UMA	1
DUAS	2
TRÊS	3
QUATRO	4
MAIS DE QUATRO	5
NS/NR	9

B – DADOS DE SAÚDE

P1. VOCÊ TEM DOENÇA(S) DIAGNOSTICADA(S) POR MÉDICO?

SIM	1
NÃO	2
NS/NR	9

P2. EM CASO DE SIM, QUAL(AIS)?

HIPERTENSÃO	1
DIABETES MELITO	2
DISLIPIDEMIA	3
OSTEOPOROSE	4
OUTRA	5
NS/NR	9

P2-A. EM CASO DE OUTRA, ESPECIFIQUE.

P3. VOCÊ PRÁTICA ALGUMA ATIVIDADE FÍSICA?

SIM	1
NÃO	2
NS/NR	9

P4. VOCÊ INGERE BEBIDA ALCOÓLICA?

SIM	1
NÃO	2
NS/NR	9

P5. VOCÊ FUMA?

SIM	1
NÃO	2
NS/NR	9

P6. COMO VOCÊ CONSIDERA SUA SAÚDE?

EXCELENTE	1
BOA	2
RUIM	3
NS/NR	9

P.7 CASO PRATIQUE, QUAL DAS ATIVIDADES FISICAS VOCÊ PRATICA?

CORRIDA	1
MUSCULAÇÃO	2
FUTEBOL	3
NATAÇÃO	4
OUTRAS	9

P.8 COM QUAL FREQUÊNCIA VOCÊ PRATICA ATIVIDADE FÍSICA?

TRÊS OU MAIS VEZES NA SEMANA	1
DUAS VEZES NA SEMANA	2
UMA VEZ NA SEMANA	3

P.9 A QUANTO TEMPO VOCÊ FUMA, APROXIMADAMENTE?

MAIS DE DEZ ANOS	1
ENTRE CINCO E DEZ ANOS	2
ENTRE TRÊS E CINCO ANOS	3
MENOS DE TRÊS ANOS	4

P.10 PESO E ALTURA APROXIMADO

PESO : _____

ALTURAL: _____

C – ESPECÍFICAS

P1. COM QUAL FREQUÊNCIA VOCÊ CONSOME ALIMENTOS NO MERCADO?

DUAS VEZES POR SEMANA	1
TRÊS VEZES POR SEMANA	2
TRÊS VEZES POR SEMANA	3
MAIS DE QUATO VEZES POR SEMANA	4
RARAMENTE OU ÀS VEZES	5
NS/NR	9

P2. QUAL(IS) REFEIÇÃO(ÕES) VOCÊ COSTUMA FAZER NO MERCADO?

CAFÉ DA MANHÃ	1
ALMOÇO	2
LANCHE	3
NS/NR	9

P3. QUAL A PRINCIPAL RAZÃO QUE TE LEVA A COMER NO MERCADO?

PREÇO ACESSÍVEL	1
FALTA DE TEMPO	2
SABOR	3
PRATICIDADE	4
HIGIENE	5
OUTRA	6
NS/NR	9

P3-A. EM CASO DE OUTRA, ESPECIFIQUE.

P4. HÁ QUANTO TEMPO VOCÊ COME NESTE RESTAURANTE?

MENOS DE 1 ANO	1
DE 1 A 5 ANOS	2
DE 5 A 10 ANOS	3
MAIS DE 10 ANOS	4
NS/NR	9
SIM	1
NÃO	2
NS/NR	9

P5.

ALÉM DESTA RESTAURANTE, VOCÊ COSTUMA COMER EM OUTRO RESTAURANTE DO MERCADO?

P6. VOCÊ COSTUMA VIR ACOMPANHADO PARA FAZER REFEIÇÕES NO MERCADO?

SIM	1
NÃO	2
NS/NR	9

P6-A. EM CASO DE SIM, COM QUEM?

P7. HÁ ALGUMA INFORMAÇÃO NUTRICIONAL DOS PRATOS OFERECIDOS NO MERCADO?

SIM	1
NÃO	2
NS/NR	9

P8. NA HORA DE ESCOLHER UM ALIMENTO/PREPARAÇÃO, QUAIS CARACTERÍSTICAS SÃO IMPORTANTES PARA VOCÊ? LISTE POR ORDEM DE RELEVÂNCIA.

P9. QUAL(IS) ALIMENTO(S)/PREPARAÇÃO(ÕES) VOCÊ MAIS CONSUME NO MERCADO? LISTE POR ORDEM DE PREFERÊNCIA.

P10. EXISTEM PROPAGANDAS COM DESCONTO, SUGERINDO QUALIDADE NUTRICIONAL E PROMOÇÃO DA SAÚDE QUE INCENTIVE CONSUMO ALIMENTAR NO MERCADO?

SIM	1
NÃO	2
NS/NR	9

P10-A. EM CASO DE NÃO, QUE TIPO DE INFORMAÇÃO VOCÊ GOSTARIA QUE TIVESSE?

P11. O QUE VOCÊ ACHA DO PREÇO DAS REFEIÇÕES?

EXCELENTE	1
BOM	2
REGULAR	3
RUIM	4
PÉSSIMO	5
NS/NR	9

P12. O QUE VOCÊ ACHA DA QUALIDADE DAS PREPARAÇÕES?

EXCELENTE	1
-----------	---

BOM	2
REGULAR	3
RUIM	4
PÉSSIMO	5
NS/NR	9

P13. O QUE VOCÊ ACHA DA HIGIENE DO LOCAL?

EXCELENTE	1
BOM	2
REGULAR	3
RUIM	4
PÉSSIMO	5
NS/NR	9

P14. COMO VOCÊ AVALIA OS RESTAURANTES DO MERCADO?

EXCELENTE	1
BOM	2
REGULAR	3
RUIM	4
PÉSSIMO	5
NS/NR	9

P15. VOCÊ CONHECE OS SEUS DIREITOS E GARANTIAS FUNDAMENTAIS RELACIONADOS À SEGURANÇA ALIMENTAR?

SIM	1
NÃO	2
NS/NR	9

P15-A. EM CASO DE SIM, QUAL(IS)?

P16. O(S) RESTAURANTE(S) QUE VOCÊ FREQUENTA DISPONIBILIZA(M) INFORMAÇÕES ACERCA DOS SEUS DIREITOS E GARANTIAS RELACIONADOS À SEGURANÇA ALIMENTAR?

SIM	1
NÃO	2
NS/NR	9

P16-A. EM CASO DE SIM, QUAL(IS)?

P16-B. EM CASO DE NÃO, A QUAL TIPO DE INFORMAÇÃO VOCÊ GOSTARIA DE TER ACESSO?

P17. VOCÊ JÁ FICOU COM RECEIO OU DESISTIU DE CONSUMIR ALGUMA PREPARAÇÃO DEVIDO À FALTA DE SEGURANÇA ALIMENTAR NO MERCADO?

SIM	1
NÃO	2
NS/NR	9

P17-A. EM CASO DE SIM, POR QUAL(IS) MOTIVO(S)?

P18. VOCÊ JÁ ENFRENTOU ALGUMA(S) DOENÇA(S) DECORRENTE DO CONSUMO DE ALGUM ALIMENTO NO MERCADO?

SIM	1
-----	---

NÃO	2
NS/NR	9

P18-A. EM CASO DE SIM, QUAL(IS)?

P.19 A QUANTO TEMPO VOCÊ COME EM OUTRO RESTAURANTE? *** P.5***

APENDICE B

ARTIGO: **Abordagem sobre determinantes de escolha alimentar: um estudo nos restaurantes de um mercado público**

RESUMO

Objetivo: Analisar os determinantes associados à escolha alimentar em um mercado público.

Métodos: Foram entrevistados, por intermédio de questionários pré-testados, nos meses de agosto de 2018 até janeiro de 2019, uma amostra de 198 comensais de um mercado público, constituída por 149 indivíduos do sexo masculino e 49 do sexo feminino maiores de 19 anos. A análise dos determinantes das escolhas alimentares foi feita comparando as médias das dimensões avaliadas segundo sexo, renda e escolaridade, utilizando o teste de Wilcoxon (não paramétrico).

Resultados: Os determinantes das escolhas alimentares mais valorizados em todas as categorias avaliadas foram apelo sensorial, preço e saúde. Quando comparados por sexo, renda e escolaridade houve diferenças significativas quanto aos atributos analisados.

Conclusão: Os principais determinantes de escolha alimentar na população estudada foi apelo sensorial, preço e saúde. As características sensoriais do alimento foi o atributo mais valorizado, o que pode se sobrepor a busca por uma alimentação saudável, uma vez que tanto esse fator, como preço se mostraram mais importante que o fator saúde.

Palavras chaves: Alimentação. Comportamento alimentar, Alimentação coletiva.

ABSTRACT

Objective: To analyze the food choices determinants in a public market. **Methods:** One interviewed a sample of 198 diners of a public market (149 males and 49 females, aged +19) from August 2018 to January 2019 through pre-tested questionnaires. The analysis of the food choice determinants was carried out through the Wilcoxon test (non-parametric) by comparing the average of evaluated dimensions according to sex, income, and educational background. **Results:** Sensory appeal, price and health were the most valued food choice determinants amongst all categories evaluated. When compared by sex, income and schooling there were significant differences regarding the attributes analyzed. **Conclusion:** The main food choice determinants were sensory appeal, price, and health. Food sensory appeal was the most valued characteristic, which showed that it may overlap the search for a healthy diet, since both sensory appeal and price were perceived as more important than health.

Keywords: Feeding; Feeding Behavior; Collective Feeding.

INTRODUÇÃO

Mudanças significativas na dieta e estilo de vida ocorreram diante o processo de globalização, implicando em transformações no cotidiano das populações [1]. Tais modificações favoreceram o aumento do consumo de alimentos fora do domicílio [2] e alterações acentuadas nos padrões alimentares, com um progressivo abandono de dietas tradicionais em detrimento do aumento do consumo de alimentos processados, com alto teor de sódio, ricos em gordura animal, saturada e hidrogenada [3,2].

O ambiente alimentar urbano [4], as mudanças nos padrões de vida e comportamento alimentar da humanidade [5] facilitam muito as causas primárias e aumentam o risco para o surgimento e agravos de doenças crônicas como diabetes, hipertensão, doenças cardiovasculares e obesidade [2,4].

Os estudos que analisam o consumo alimentar em populações, geralmente avaliam a composição de nutrientes [6], o tipo de alimento ingerido, a frequência e o modo de comer [7]. As práticas de alimentação desempenham papéis importantes na determinação de uma ampla gama de experiências alimentares [8]. Então, o estudo dos padrões alimentares é um ponto importante para conhecer os alimentos consumidos, como a alimentação acontece no cotidiano da vida social e os fatores determinantes da escolha alimentar [9].

Os determinantes do consumo alimentar são fatores que afetam a escolha de alimentos pelos pensamentos e sentimentos individuais, resultando em ações ou comportamentos [10] Embora, os momentos sejam individuais, as escolhas ocorrem em um contexto social e de experiências que se apresentam de diversas maneiras e contribuem de forma significativa sobre as decisões e o comportamento de saúde [11].

Nessa discussão, pode-se destacar os determinantes do consumo relacionados ao alimento; os relacionados ao indivíduo como aspectos biológicos, psicológicos, antropológicos e socioeconômicos; e aqueles relacionados ao ambiente, como fatores físicos e socioculturais [10]. É importante ressaltar, que os fatores físicos, como acessibilidade e disponibilidade de alimentos têm um grande impacto sobre as escolhas alimentares [12].

A escolha alimentar diz respeito às decisões conscientes e inconscientes tomadas frente ao alimento [13], sendo determinada por fatores fisiológicos,

psicológicos, sociais, econômicos e culturais [14]. Diante de tais fatores, os consumidores avaliam os alimentos através de suas percepções, tendo como base uma escala ponderada de valores [15].

Estudos que avaliam características e comportamentos associados ao ato de comer verificou o aumento de consumo devido à facilitação social, com influência marcante na quantidade e no tipo de alimento consumido nas refeições [16]. Contudo, as relações entre os contextos sociais da ingestão e dos padrões alimentares tem sido inconsistentes ou pouco explorados, sobretudo, no que se referem as influências que regem e determinam as escolhas alimentares. A partir dessa ideia, o objetivo deste estudo foi determinar os fatores que influenciam a escolha alimentar de adultos que frequentam restaurantes de um mercado público, visando proporcionar uma maior compreensão dos determinantes da escolha de alimentos para desenvolver ferramentas de políticas públicas de alimentação saudável, práticas e intervenções em conformidade com as especificidades locais.

MÉTODOS

O presente estudo de natureza transversal, exploratório, descritivo está ligado a um projeto de pesquisa do Programa de Pós-Graduação em Alimentos Nutrição, aprovado pelo Comitê de Ética em Pesquisa da Universidade Federal do Piauí (parecer nº 2.139.962). Após autorização da Prefeitura Municipal de Teresina os participantes foram recrutados aleatoriamente, entre os meses de agosto de 2018 até janeiro de 2019, nos próprios restaurantes do mercado público após o término das refeições. Para aqueles que manifestaram interesse em participar do estudo, o Termo de Consentimento Livre e Esclarecido foi explicado individualmente e assinado. O Mercado escolhido é referência na área de alimentação popular, principalmente no que diz respeito à comercialização de pratos típicos da região. Os critérios definidos para a participação dos indivíduos no estudo foram: idade superior a 19 anos, ambos os sexos e estar fazendo alguma refeição no mercado.

Foi estimada uma amostra da população com base no número de comensais que frequentam o mercado diariamente ($n=600$), intervalo de 95% de confiança e erro de amostragem de 5%. Com isso a amostra prevista foi de 175 indivíduos, participaram da pesquisa 203 comensais, houve cinco desistências e o estudo foi concluído com 198 participantes.

Para observação do funcionamento do mercado foram realizadas visitas de campo em dias da semana alternados até que todos os dias fossem contemplados, incluindo feriado e final de semana, durante o horário de atendimento, ou seja, de 4:00 às 15:00 horas.

A aplicação do questionário semiestruturado foi realizada por uma equipe de estudantes de graduação e pós-graduação da área de nutrição, previamente treinados pelos pesquisadores responsáveis.

Os determinantes da escolha alimentar foram avaliados utilizando-se o *Food Choice Questionnaire* (FCQ), que é um instrumento autoaplicável, rápido de uso adaptado e validado para a população adulta brasileira [17, 18,19]. Esse questionário analisa 36 componentes, distribuídos em nove atributos: saúde, humor, conveniência, propriedade sensorial do alimento, conteúdo natural, preço, controle de peso, familiaridade e preocupação ética. O grau de importância desses atributos itens foi definido a partir da escala *Likert*, que variou de um a quatro pontos.

Para a análise estatística das variáveis do estudo foram estimadas distribuições de frequências, média, desvio padrão e proporções. A análise dos determinantes da escolha alimentar foi realizada por meio da comparação das médias atribuídas para cada dimensão avaliada. A análise das diferenças das médias de escores para cada uma das dimensões do Food Choice Questionnaire segundo sexo, renda e escolaridade foi feita utilizando o teste de Wilcoxon (não paramétrico). Para os testes estatísticos o nível de significância adotado foi $p<0,05$.

RESULTADOS

Um total de 198 adultos participou do estudo, dos quais mais da metade (75,0%) era do sexo masculino. A faixa etária predominante foi observada nos intervalos de 30 a 39 anos (29,3%).

A maioria dos participantes residia na cidade de Teresina (85,0%), tinham nível de escolaridade superior (46,0%) e a renda familiar abaixo de dois salários mínimos (48,5%).

As características relativas ao perfil social e demográfico estão descritas na Tabela 1.

Tabela 1. Categorização das variáveis sociodemográficas da população entrevistada. Teresina-PI, Brasil, 2019.

Variáveis	Categoria	N	%
Sexo	Masculino	149	75,0
	Feminino	49	25,0
Idade	20 a 29 anos	47	23,7
	30 a 39 anos	58	29,3
	40 a 49 anos	47	23,8
	>50anos	46	23,2
Moradia	Teresina	168	85,0
	Outros locais	30	15,0
Escolaridade	Até Ensino Fundamental Completo	27	13,6
	Até Ensino Médio Completo	80	40,4
	Até Ensino Superior Completo	91	46,0
	Não possui renda	10	5,0
Renda	Menor que 2 SM ^a	96	48,5
	Entre 2 e 5 SM	58	29,3
	Mais de 5 SM	28	14,0
	Não respondeu	6	3,0

^aSalário Mínimo. O valor do salário mínimo na época da entrevista era de R\$ 954,00.

A tabela 2 mostra a média da avaliação dos participantes do estudo de acordo com as dimensões avaliadas pelo *Food Choice Questionnaire*, na qual é possível

perceber que os atributos mais apreciados variaram na escala *likert* de moderadamente importante a muito importante (3 a 4), cuja ordem de preferência foi respectivamente: apelo sensorial (3,8), preço (3,7), saúde (3,6), conteúdo natural (3,5), conveniência (3,4), controle de peso (3,4), humor (3,3), familiaridade (3,1) e preocupação ética (3,0).

Tabela 2. Avaliação por média das principais dimensões determinantes da escolha alimentar em participantes da pesquisa segundo sexo. Teresina-PI, Brasil, 2019.

Dimensão	Geral Média (DP ^b)	Masculino Média (DP)	Feminino Média (DP)	Valor p*
N	198	149	49	
Relacionada ao alimento				
Apelo sensorial	3,8 (0,4)	3,8 (0,4)	3,9 (0,2)	0,041**
Conteúdo Natural	3,5 (0,7)	3,5 (0,7)	3,5 (0,7)	0,647
Preço	3,7 (0,7)	3,7 (0,7)	3,8 (0,4)	0,077
Familiaridade	3,1 (0,9)	3,2 (0,9)	3,0 (1,0)	0,659
Relacionada ao indivíduo				
Saúde	3,6 (0,5)	3,6 (0,6)	3,6 (0,4)	0,838
Humor	3,3 (0,7)	3,3 (0,8)	3,2 (0,7)	0,450
Conveniência	3,4(0,8)	3,3 (0,8)	3,5 (0,8)	0,154
Controle de peso	3,4 (0,8)	3,3 (0,8)	3,6 (0,6)	0,036**
Preocupação Ética	3,0 (0,9)	3,1 (0,9)	3,0 (0,9)	0,471

*Teste de Wilcoxon. ** Diferença estatisticamente significativa. ^b Desvio Padrão.

Ao compararmos os atributos avaliados segundo sexo, é possível perceber que as únicas dimensões que tiveram diferenças significativas foram apelo sensorial e controle de peso, sendo tais dimensões mais valorizadas em mulheres.

A tabela 3 compara as diferentes dimensões de acordo com a conclusão de ensino superior e nível de renda.

Tabela 3. Avaliação por média das principais dimensões determinantes da escolha alimentar em participantes da pesquisa segundo escolaridade e renda. Teresina-PI, Brasil, 2019.

Dimensão	Renda ^c		Valor p	Ensino Superior Completo		Valor p*
	<2 SM ^a Média (DP ^b)	≥ 2SM Média (DP)		Não Média (DP)	Sim Média (DP)	
N	106	86		107	91	
Relacionada ao alimento						
Apelo sensorial	3,9 (0,4)	3,8 (0,4)	0,037**	3,8 (0,4)	3,8(0,5)	0,282
Conteúdo Natural	3,4 (0,7)	3,5 (0,6)	0,366	3,4 (0,7)	3,6 (0,7)	0,074
Preço	3,7 (0,7)	3,7 (0,7)	0,438	3,7 (0,6)	3,6 (0,8)	0,963
Familiaridade	3,0 (0,9)	3,2 (0,8)	0,263	3,1 (0,9)	3,2(0,8)	0,747
Relacionada ao indivíduo						
Saúde	3,6 (0,6)	3,6 (0,5)	0,471	3,6 (0,5)	3,6 (0,6)	0,480
Humor	3,3 (0,7)	3,3 (0,8)	0,406	3,3 (0,7)	3,3 (0,8)	0,611
Conveniência	3,5 (0,8)	3,1 (0,9)	<0,001**	3,5 (0,8)	3,1 (1,0)	0,029**
Controle de peso	3,4 (0,8)	3,3 (0,8)	0,487	3,4 (0,8)	3,4 (0,8)	0,599
Preocupação Ética	2,9 (0,9)	3,2 (0,9)	0,010**	3,0 (0,9)	3,1 (0,9)	0,611

* Teste de Wilcoxon. ** Diferença estatisticamente significativa.

^a Salário Mínimo. ^b Desvio Padrão. ^c Seis indivíduos não informaram a renda.

Com relação a variável renda é possível observar que as dimensões com diferença significativa entre os grupos avaliados foram conveniência, conteúdo natural e preocupação ética. O grupo com menor renda atribuiu maiores valores à conveniência e apelo sensorial (3,5 e 3,9 respectivamente), enquanto o outro grupo atribuiu valores menores a essas dimensões (3,1 e 3,8). A dimensão preocupação ética obteve média maior no grupo que recebeu dois ou mais salários mínimos (3,2), quando comparado ao outro grupo (2,9). No que diz respeito à escolaridade, a única

dimensão que obteve diferença significativa entre os dois grupos avaliados foi conveniência, o grupo com menor nível de escolaridade atribuiu 0,4 a mais na média para essa dimensão.

DISCUSSÃO

Conhecer os determinantes que direcionam a escolha alimentar, especificamente entre os indivíduos que fazem refeições em ambientes fora do lar é de suma importância para o direcionamento das políticas públicas em alimentação. A escolha alimentar é um processo complexo e envolve diversos fatores relacionados ao alimento, indivíduo e ambiente.

Os resultados alcançados revelaram o apelo sensorial, o preço e a saúde como os mais representativos. O apelo sensorial foi apontado em todas as categorias avaliadas como o fator mais relevante no processo de escolha alimentar. O sabor é um dos determinantes menos negociáveis dentro do contexto alimentar, sendo o principal responsável pelo prazer em comer [10].

O preço foi o segundo fator mais determinante da escolha alimentar, o que pode ser justificado pelo fato de mais da metade dos entrevistados serem de baixa renda, aproximadamente 53,5% pertenciam à classe E, cuja renda mensal pode chegar até dois salários mínimos [20]. A alimentação possui o maior peso no orçamento das famílias mais pobres, sendo a aquisição de alimentos especialmente sensível à variação no preço dos produtos [21].

Os dados dessa pesquisa coincidem com estudos realizados no Reino Unido e Estados Unidos, nos quais a dimensão mais valorizada foi apelo sensorial. As dimensões saúde e preço também foram consideradas as mais importantes, o que variou foi o grau de importância conforme a população em questão [17,22].

Em outro estudo transcultural realizado na Nova Zelândia, Japão, Malásia e Taiwan, o único país que coincidiu integralmente com os resultados desse estudo foi Nova Zelândia, sendo apelo sensorial, preço e saúde respectivamente os atributos mais valorizados. Tais achados mostram as variações existentes entre diversos países, o que sugere que esses dados são influenciados pelas diferenças culturais existentes em cada nação [23].

Quanto à escolha alimentar, um dos destaques observados nas diferenças encontradas entre homens e mulheres, foi que estas deram mais importância ao

apelo sensorial e ao controle de peso. Comportamentos adotados por mulheres mostram maior preocupação com questões ligadas a saúde e imagem corporal em relação aos homens. Nesse caso, a justificativa é de cunho histórico-cultural, pois é justamente da mulher a maior responsabilidade de manter a família nutrida e saudável [24].

Outro estudo que comparou o motivo para as escolhas alimentares em americanos e chineses, de acordo com o sexo, observou que não houve diferença quanto à dimensão apelo sensorial, porém houve em relação ao controle de peso, o grupo feminino, assim como nessa pesquisa, atribuiu maior importância a essa dimensão em relação aos homens [25].

Quando se comparou os determinantes da escolha alimentar por renda, as diferenças observadas foram com relação ao apelo sensorial, conveniência e preocupação ética. Os determinantes socioeconômicos relacionados ao indivíduo como renda, escolaridade e preço dos alimentos desempenham papel central nas motivações e escolhas alimentares, sendo capazes de restringir, desequilibrar e interferir nas prioridades relativas ao processo de escolha alimentar [10]. Nessa perspectiva, acredita-se que o grupo com maior renda deu maior importância à preocupação ética por disporem de maior conhecimento em relação ao impacto das ações humanas ao meio ambiente.

A partir dessas interpretações perceberam-se as complexas interações que envolvem a escolha alimentar [7,26], pois o ato de se alimentar transcende características biológicas, estando à alimentação situada na esfera da cultura, com inúmeros significados sociais e emocionais, atribuídos ao que, quando, como e com quem se come [27,26]. Diante dessas questões, os resultados do presente trabalho trazem informações importantes que permitem identificar as variáveis sociais que podem influenciar a decisão de compra de alimentos e escolha alimentar. Nesse sentido, ressalta-se que tiveram maior destaque sabor, preço e saúde.

No entanto, é importante acrescentar que os atributos aqui destacados pelos comensais não podem ser considerado como rigorosamente adequados ou não na escolha alimentar diante da complexidade de fatores culturais, sociais e psicobiológicos que exercem influência marcante na alimentação. Entende-se que apesar dos resultados encontrados trazerem uma melhor compreensão do tema em questão este estudo teve limitações em não avaliar a influência da mídia, das redes

sociais e da religiosidade sobre as escolhas alimentares, no entanto, acredita-se que os fatores mais decisivos para a escolha alimentar tenham sido avaliados.

CONCLUSÃO

O apelo sensorial do alimento foi o determinante mais valorizado nessa população, o que pode se sobrepor a busca por uma alimentação saudável, uma vez que tanto esse fator, como preço se mostraram mais importante que o fator saúde. Nesse sentido conhecer os principais determinantes da escolha alimentar, consiste numa ótima estratégia para direcionar ações de educação alimentar, pois desse modo, é possível conhecer os principais motivadores de escolha alimentar e atuar na manutenção, promoção e recuperação da saúde.

Verificou-se que houve diferenças significativas nos determinantes da escolha alimentar quando comparados por sexo, nível de escolaridade e renda, o que reforça que tais variáveis influenciam e direcionam as escolhas alimentares.

REFERÊNCIAS

1. Cunha LM, Cabral D, Moura AP, Almeida MDV. Application of the Food Choice Questionnaire across cultures: Systematic review of cross-cultural and single country studies. *Food qual prefer.* 2018; 64(1):21-36. doi:10.1016/j.foodqual.2017.10.007.
2. Queiroz PWV, Coelho AB. Alimentação fora de casa: uma investigação sobre os determinantes da decisão de consumo dos domicílios brasileiros. *Revista Análise Econômica.* 2017; 35(67): 67-104.
3. Godinho C, Marques MM. Promoção de comportamentos alimentares saudáveis e gestão do peso: Investigação em Portugal. *Psychopen.* 2016; 5(2):80-84. doi:10.5954/pch.v5i2.203.
4. Ribeiro H, Jaime PC, Ventura D. Alimentação e sustentabilidade. *Estudos Avançados.* 2017; 31(89):185-198. doi: 10.159/s013-40142017.31890016.
5. Honicky M, Shwarz K, Vieira RLD, Freire PLI, Gatti RR. Nível de satisfação e escolhas alimentares dos comensais em restaurante self-service. *Demetra.* 2017; 12(1):333-346. doi: 10.12957/demetra.2017.22435.
6. Villa JKD, Silva AR, Santos TSS, Ribeiro AQ, Pessoa MC, Sant'ana LFR. Padrões alimentares de crianças e determinantes socioeconômicos, comportamentais e maternos. *Rev Paul Pediatr.* 2015; 33(3):302-309. doi: 10.1016/j.rpped.2015.05.001.
7. Klotz-Silva J, Prado SD, Seixas CM. Comportamento alimentar no campo da Alimentação e Nutrição: do que estamos falando?. *Physis.* 2016; 26(1):1103-1123. doi: 10.1590/S0103-73312016000400003.
- 8 Cho W, Takeda W, Oh Y, Aiba N, Lee Y. [Perceptions and practices of commensality and solo-eating among Korean and Japanese university students: A cross-cultural analysis.](#) *Nutr Res Pract.* 2015; 9(5):523-9.

9. Defante LR, Nascimento LDO, Lima-Filho DO. Comportamento de consumo de alimentos de famílias de baixa renda de pequenas cidades brasileiras: o caso de Mato Grosso do Sul. *Interações*. 2015;16(2):265-276.
10. Moraes JMM. Por que as pessoas comem o que comem? Comparação das motivações para comer entre dois contextos socioeconômicos díspares no Brasil [tese]. São Paulo: Universidade de São Paulo; 2017.
11. Dover RVH, Lambert EV. “Choice Set” for health behavior in choice-constrained settings to frame research and inform policy: examples of food consumption, obesity and food security. *Int J Equit Health*. 2016; 15(1):48. doi: 10.1186/512939-016-0336-6.
12. Leng G, Adam RAH, Belot M, Brunstrom JM, Graaf K, Dickson SL, et al. The determinants of food choice. *Proc Nutr Soc*. 2017; 76(3):316-327.
13. Pereira CM, Silva ALD, Sá MID. Fatores que influenciam os comportamentos alimentares: questionário das escolhas alimentares dos adolescentes. *Psic, Saúde & Doenças*. 2015;16(3):421-438. doi: 10.15309/15psd160312.
14. Cardoso S, Santos O, Nunes C, Loureiro I. Escolhas e hábitos alimentares em adolescentes: associação com padrões alimentares do agregado familiar. *Rev Port Saúde Pública*. 2015; 33(2):128-136. doi: 10.1026/j.rpsp.2024.07.004.
15. Valent JZ, Vieira TR, Bruzza A, Rodrigues RG, Polidori A, Celia VS. Fatores determinantes do consumo de alimentos certificados no Brasil. *Reget*. 2014; 18(3):57-65. doi: 10.5902/2236117013094.
16. Herman CP. The social facilitation of eating. A review. *Appetite*, 2015;86(1):61-73. doi: 10.1016/j.appet.2014.09.016.
17. Steptoe A, Pollard TM, Wardle J. Development of a measure of the motives underlying the selection of food: the food choice questionnaire. *Appetite*. 1995; 25(3):267-284.

18. Heitor SFD, Estima CCP, Neves FJ, Aguiar LS, Castro SS, Ferreira JES. Tradução e adaptação cultural do questionário sobre motivo das escolhas alimentares (Food Choice Questionnaire–FCQ) para a língua portuguesa. *Cien Saude Colet.* 2015; 20(1):2339-2346. doi: 10.1590/1413-81232015208.15842014.
19. Heitor SFD, Ferreira JES, Castro SS. Validade da estrutura fatorial da escala de versão brasileira do Food Choice Questionnaire. *Cien Saude Colet.* 2018 [30 mar 2019]. Disponível em: <http://www.cienciaesaudecoletiva.com.br/artigos/validade-da-estrutura-fatorial-da-escala-de-versao-brasileira-do-food-choice-questionnaire/16614?id=16614>.
20. Oliveira URJ. Classes sociais e classes socioeconômicas: um estudo sobre os estratos sociais na região metropolitana de Salvador entre 2003 a 2010. *Estação Científica.* 2016; 6(3):85-96. doi: 10.18468/estcien.2016v6n3.p85-96.
21. Claro RM, Maia EG, Costa BVL, Diniz DP. Preço dos alimentos no Brasil: prefira preparações culinárias a alimentos ultraprocessados. *Cad Saúde Pública.* 2016; 32(1):e00104715. doi: 10.1590/0102-311X00104715.
22. Glanz K, Basil M, Maibach E, Goldberg J, Snyder D. Why Americans eat what they do: taste, nutrition, cost, convenience, and weight control concerns as influences on food consumption. *J Am Diet Assoc.* 1998; 98(10):1118-1126.
23. Prescott J, Neill OL, Yau NJN, Steven R. Motives for food choice: a comparison of consumers from Japan, Taiwan, Malaysia and New Zealand. *Food qual prefer.* 2002; 13(.7-8):489-495. doi: 10.1016/s0950-3293(02)00010-1.
24. Azevedo, E. Alimentação saudável: uma construção histórica. *Simbiótica.* 2014;7(1):83-111.
25. Pearcey SM, Zhan GQ. A comparative study of American and Chinese college

students' motives for food choice. *Appetite*. 2018;123(1):325-333. doi: 10.1016/j.appet.2018.01.011.

26. Cardozo DR, Ferrante VLSB, Almeida LMDMC, Paschoalino A. Hábitos alimentares: desvendando padrões e escolhas sociais. *Rinte*. 2018; 4(1).

27. Machado IK, Becker D, Campos DM, Wendt GW, Lisboa CSM Repercussões do cenário contemporâneo no ato de compartilhar refeições em família. *Psicol Argum*. 2014; 32(76):117-127. doi: 10.7213/psicol.argum.32.076-A007.