



GEOGRAFIA E ALIMENTAÇÃO NA EDUCAÇÃO BÁSICA: CONSIDERAÇÕES SOBRE ESCOLHAS ALIMENTARES EM AMBIENTES URBANOS

Leandro Ramos Teófilo – UFF
leandrorteofilo@gmail.com

Resumo: Este artigo tem o objetivo de ampliar o debate sobre alimentação e geografia a partir do relato de experiências de trabalho realizadas ao longo dos anos de 2016 e 2017 no Colégio Universitário Geraldo Reis da Universidade Federal Fluminense – COLUNI-UFF. Diante do questionamento sobre as escolhas alimentares de jovens e adultos em ambientes urbanos, propõe-se a reflexão sobre dois temas que podem ser caros à geografia escolar: a fisiologia do gosto e a publicidade de alimentos.

Palavras-chave: alimentação, geografia escolar, escolhas alimentares

Eixo temático: GT3 - Fundamentos Didáticos e o Ensino de Geografia

INTRODUÇÃO

Toda a existência humana
decorre do binômio estômago e
sexo. A fome e o amor governam o
mundo, afirmava Schiller.¹

O vasto campo que envolve os estudos sobre alimentação nas ciências humanas costuma apresentar pouca participação nos conteúdos de geografia

¹Esta foi a frase escolhida por Luis da Câmara Cascudo para iniciar a introdução do clássico livro *História da Alimentação no Brasil*. CASCUDO, Luís da Câmara. *História da alimentação no Brasil*. São Paulo: Global, 2011.



na educação básica. Para Paul Claval (1999, p. 255), “Alimentar-se, beber e comer: não há terreno de análise mais fascinante para os geógrafos.”

O presente artigo tem o objetivo de fortalecer o debate sobre a alimentação na geografia escolar a partir do relato de experiências realizadas no Colégio Universitário Geraldo Reis da Universidade Federal Fluminense, COLUNI-UFF. As pesquisas foram desenvolvidas ao longo dos anos de 2016 e 2017 e contaram com a participação de quatro alunos dos ensinos fundamental e médio e dois alunos do curso de licenciatura em geografia da UFF.² O trabalho consistiu na orientação de investigações realizadas pelos alunos a partir do debate de textos que suscitaram reflexões sobre os alimentos a partir de diferentes áreas das ciências humanas, como a antropologia, a história, a gastronomia e a geografia.

A bibliografia sobre alimentação compreende múltiplas abordagens em diferentes momentos históricos. Claude Levi-Strauss³ demonstrou em seu clássico livro “O cru e o cozido” que o ato de cozinhar configurava uma ação que diferenciava os animais das pessoas. A etiqueta utilizada à mesa fundamentou a interpretação de Norbert Elias em sua análise do processo civilizador.⁴ Mais recentemente, ainda nos estudos antropológicos, Richard Wranghan⁵ definiu o ser humano como “o macaco que cozinha”, em virtude da importância que o uso do fogo e o hábito de cozinhar possuíram na trajetória dos seres humanos no planeta.

² Os alunos receberam bolsas de estudo da UFF durante a pesquisa. Este artigo não pretende relatar de maneira exaustiva as ações realizadas ao longo do trabalho, mas discutir alguns resultados das investigações elaboradas nesse processo.

³ LEVI-STRAUS, Claude. *O cru e o cozido: Mitológicas 1*. São Paulo: Cosac & Naif, 2004.

⁴ ELIAS, Norbert. *O processo civilizador*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 1994.

⁵ WRANGHAN, Richard. *Pegando fogo: por que cozinhar nos tornou humanos*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar. Ed., 2010.



Nos estudos históricos⁶, destaca-se a abordagem da cultura material realizada por Fernand Braudel, sobretudo por seu trabalho em definir as conceituadas “plantas de civilização” e ressaltar a importância de determinados vegetais ao desenvolvimento histórico de sociedades específicas, como o trigo na Europa, o arroz na Ásia e o milho nas Américas.⁷ Mais recentemente, os historiadores Jean-Louis Flandrin e Massimo Montanari (1998) analisaram elementos da alimentação cotidiana e demonstraram as influências históricas presentes em diferentes cozinhas.

Na geografia, o tema alimentação está normalmente inserido no debate que envolve a agricultura e a produção de alimentos. Ao mesmo tempo, destacam-se os estudos de Josué de Castro sobre a fome e as especificidades do contexto brasileiro no cenário da desnutrição, publicados na metade do século XX⁸. Mais recentemente, Carlos Walter Porto-Golçalves insere os sabores e as paisagens nos estudos sobre a territorialização em um contexto de construção de paisagens e territorialidades:

Talvez aqui venha se tornando mais explícito do que em qualquer outro campo a tensão de territorialidades e todo o potencial de que nosso mundo está grávido por novas territorialidades. Aqui está em jogo os diferentes sabores com que nos alimentamos no dia a dia que, sabemos, implica saberes (savoir e saveur) e, assim, é toda a cultura que está implicada. Até mesmo as paisagens, para nosso conforto e lazer, posto que foram conformadas pelas mais diferentes práticas culturais (daí dizer-se agri+cultura) que, assim, estamos vendo, nos oferecem mais do que alimentos e matérias primas. (PORTO-GOLÇALVES, 1991, p. 243-244)

⁶ Para maiores informações sobre a historiografia que envolve o tema alimentação em diferentes abordagens, ver: REINHARDT, Juliana Cristina. História e alimentação: uma nova perspectiva. *Revista Vernáculo*, [S.l.], n. 3, dez. 2000.

⁷ É importante destacar que as populações que habitavam a América do Sul, especificamente a futura América portuguesa, não possuíam o milho como elemento central de sua dieta, mas a mandioca (ou aipim). Esta peculiaridade tem impactos importantes ainda hoje na formação culinária do Brasil, conforme destaca Luis da Câmara Cascudo (2011).

⁸ Geografia da fome (1949) e Geopolítica da Fome (1951).



Ressalta-se, ainda, a importância do tema alimentação aos estudos que priorizam os aspectos culturais em geografia, conforme apontado por Paul Claval (1999).

De acordo com um dos temas centrais ao debate geográfico neste campo, um oitavo da população mundial ainda não tem acesso a alimentos de maneira segura e em quantidade suficiente. Ainda assim, o ato de se alimentar é realizado por todas as pessoas diariamente. A ação de levar comida à boca é compartilhada por todos os seres humanos; entretanto, os alimentos consumidos, as maneiras como se come e os rituais envolvidos no processo de alimentação variam profundamente ao longo do tempo e do espaço e constituem traços fundamentais das culturas em que estão inseridos conforme aponta Carlos Alberto Antunes dos Santos

O alimento constitui uma categoria histórica, pois os padrões de permanência e mudanças dos hábitos e práticas alimentares têm referências na própria dinâmica social. Os alimentos não são somente alimentos. Alimentar-se é um ato nutricional, comer é um ato social, pois constitui atitudes, ligadas aos usos, costumes, protocolos, condutas e situações. Nenhum alimento que entra em nossas bocas é neutro. A historicidade da sensibilidade gastronômica explica e é explicada pelas manifestações culturais e sociais, como espelho de uma época e que marcaram uma época. Nesse sentido, o que se come é tão importante quanto quando se come, onde se come, como se come e com quem se come. (SANTOS, 2005. p. 15).

Diante desse cenário, a alimentação dos jovens apresenta um fértil terreno de temas e reflexões que podem se integrar ao trabalho da geografia escolar. Henrique Carneiro ressalta que:

A importância do fenômeno do fast-food tem sido corretamente apontada como uma das chaves para a compreensão da natureza dos problemas sociais de nossa época. Vários analistas têm identificado uma corrosão dos hábitos alimentares familiares, como as refeições partilhadas, o que leva à substituição da alimentação em casa pelos sistemas de



restaurantes ou lanchonetes. A expansão da lanchonete, especialmente de algumas cadeias construídas sobre certas marcas, traz consigo um sistema alimentar específico baseado na substituição dos carboidratos complexos (cereais, amidos) por carboidratos simples (açúcares e gorduras), com conseqüências daninhas para a saúde pública e para a ecologia global. (CARNEIRO, 2005. p. 75).

No contexto do tema alimentação e ensino de geografia, o presente trabalho questiona os processos que envolvem as escolhas alimentares a partir das experiências de trabalho desenvolvidas no Colégio Universitário da Universidade Federal Fluminense. A partir destas pesquisas, dois tópicos foram selecionados para o presente artigo: a importância da fisiologia do gosto nesse debate e aspectos que envolvem a publicidade de alimentos realizada pelas grandes empresas do setor alimentício.

A FISIOLOGIA DO GOSTO E ASPECTOS CULTURAIS DA ALIMENTAÇÃO

Ao longo da história, os humanos selecionaram os alimentos disponíveis e estabeleceram preferências e restrições alimentares. O debate acadêmico sobre alimentação e gastronomia parece concordar acerca da importância de um livro amplamente citado e universalmente conhecido entre os estudiosos de alimentação: *A Fisiologia do Gosto*, de Jean Anthelme Brillat-Savarin, publicado originalmente em 1825⁹. Algumas ideias desse autor ainda são fundamentais ao debate contemporâneo sobre alimentação, uma vez que ajudam a questionar alguns mitos acerca das escolhas alimentares.

Savarin (1995) defende que o gosto é criado pelo cérebro, e não pela língua, conforme ressalta recentemente o historiador Henrique Carneiro na apresentação à edição brasileira do livro de Massimo Montanari

O gosto é, portanto, um produto cultural, resultado de uma realidade coletiva e partilhável, em que as predileções e as excelências destacam-se não de um suposto instinto sensorial

⁹ -SAVARIN, Brillat-. *A fisiologia do gosto*. São Paulo: Companhia das Letras, 1995.



da língua, mas de uma complexa construção histórica (MONTANARI, 2013. p. 11).

Dessa maneira, difunde-se a ideia de que é possível aprender a gostar de determinados alimentos, em virtude de eventos objetivos e subjetivos, fruto de circunstâncias sociais e da própria trajetória individual de cada pessoa. Tal ideia desmonta o argumento de muitos jovens de que os produtos industrializados ultraprocessados são mais “gostosos”. Montanari destaca que

... o “gosto” também é saber, é avaliação sensorial do que é bom ou ruim do que agrada ou desagrade: e essa avaliação, como dissemos, vem do cérebro antes que da língua. Sob esse ponto de vista, o gosto não é de fato uma realidade subjetiva e incomunicável, mas coletiva e comunicada. É uma experiência de cultura que nos é transmitida desde o nascimento, juntamente com outras variáveis que contribuem para devinir os “valores de uma sociedade”. (MONTANARI, 2013. p. 96).

O gosto envolve, portanto, diversas dimensões políticas, culturais, históricas e individuais que estão inseridas nas escolhas alimentares. Dessa forma, como se pode analisar as preferências por produtos industrializados ultraprocessados produzidos pelas indústrias de alimentos? O caráter cultural – e, portanto, histórico e geográfico - do gosto encaminha o debate sobre a alimentação contemporânea em ambientes urbanos que envolve o impacto que as indústrias de alimentos exercem nesses processos.

Este debate se mostra fundamental em um contexto histórico de produção industrial dos alimentos, especialmente em relação aos produtos comercializados nas grandes cidades. Nesse sentido, Rosa Wanda Diez Garcia aponta que:

Durante o último século, dois movimentos acentuaram o processo de mundialização: a diversificação de produtos e a passagem da cozinha tradicional, com a preparação de pratos típicos, para uma cozinha industrial. Deste modo há um desenraizamento da alimentação. É possível encontrar pratos típicos de qualquer parte do mundo, e os alimentos, que antes



eram sazonais nos países desenvolvidos, são agora oferecidos durante todo o ano. A desterritorialização do alimento difunde-o em escala mundial. Cerveja, biscoito, chocolate, refrigerantes pertencem ao mundo. E o que aconteceu com a comida tradicional típica? Ela persiste, mas metamorfoseada para adaptar-se à expansão. Perdeu sua peculiaridade. A comida deixa de ter vínculo territorial. Neste sentido tanto faz uma pizza, um hambúrguer ou um croissant, todos perderam suas origens ou sua essência tradicional e, embora mantenham seu valor simbólico, tornaram-se produtos da cozinha industrial. (Garcia, 2003. p. 488).

Diante do processo de industrialização da produção de alimentos, amplia-se o debate para as estratégias utilizadas pela indústria para promover as vendas e aumentar suas margens de lucro.

PUBLICIDADE DE ALIMENTOS E ESCOLHAS ALIMENTARES EM AMBIENTES URBANOS

A pesquisadora Marion Nestle (2007) ressalta uma contradição no que concerne à alimentação nas grandes cidades do mundo contemporâneo: apesar de existir um consenso entre as pesquisas científicas que sugerem que as pessoas consumam mais frutas, vegetais e alimentos frescos, cada vez mais as pessoas estão confusas sobre o que devem comer, comem cada vez mais carnes e alimentos ultraprocessados e estão cada vez mais obesas. Conforme ela analisa sistematicamente em seu trabalho, um dos objetivos centrais das indústrias de alimentos é promover a desinformação e a confusão sobre temas relacionados à alimentação, através de diversas estratégias de comercialização e de publicidade. (NESTLE, 2007).

Nesse contexto, as duas imagens abaixo foram utilizadas durante os trabalhos de pesquisa realizados no COLUNI/UFF e contribuem para que o impacto da indústria alimentícia possa ser analisado em diferentes escalas. Pelo fato de abordarem a escala global, as imagens demonstram realidades muito parecidas com as vivenciadas cotidianamente pelos jovens nas grandes cidades brasileiras. Tal cenário evidencia o aspecto mundial de ação das grandes empresas:

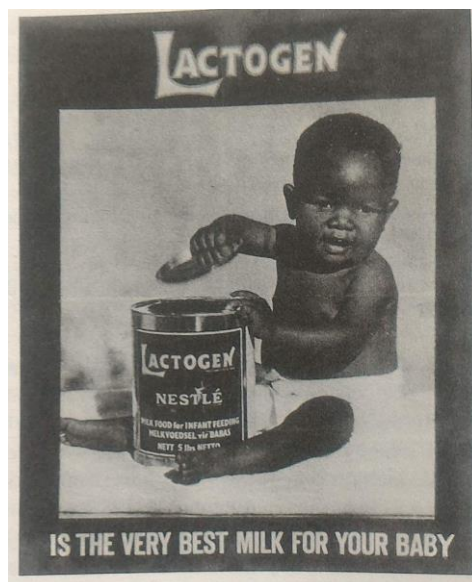


Figura 1: Publicidade de leite em pó produzida pela empresa multinacional Nestlé no ano de 1975 na África do Sul. Propagandas como esta promoveram ondas internacionais de boicote à empresa. Fonte: (NESTLE, 2007. p. 148)





Figura 2: Publicidade de brinquedos oferecidos pelo Mcdonald's na Lituânia em Outubro do ano 2000. Fonte: (NESTLE, 2007. p. 184)

Em virtude do poder econômico das empresas multinacionais de alimentos, grande parte da população mundial vem sendo incentivada a consumir produtos que não são pensados sob a lógica da saúde pública, mas que possuem um objetivo central: o lucro. Os refrigerantes constituem o exemplo que melhor simboliza esse processo e que pode ser entendido como característico de um quadro mais amplo de atuação das empresas de alimentos.¹⁰

Inserese no contexto das grandes cidades brasileiras a participação cada vez maior das redes de supermercados na comercialização de alimentos, conforme destaca Garcia:

A opção por facilidades que poupam tempo de preparo e diminuem a frequência das compras é característica do comensal urbano contemporâneo. Pode-se notar a presença de novos produtos industrializados de peso na dieta brasileira, como refrigerantes, macarrão, bolacha doce e salgada, leite condensado, margarina, salsicha, leite em pó, maionese, chocolate e pão de forma. Além do consumo crescente de alimentos industrializados, outros canais implementam a cultura alimentar globalizada no Brasil, tais como o aumento da comercialização de alimentos feita através de rede de supermercados de grande superfície (GARCIA, 2003. p. 486 - 487).

A partir do crescimento das grandes e médias cidades brasileiras e os recentes avanços da globalização, configura-se um ambiente de maior acesso a alimentos de todo o mundo, ao mesmo tempo em que se abandona gradativamente as práticas de preparação de comida nos ambientes domésticos.

¹⁰ A importância dos refrigerantes para o cenário da alimentação mundial e seus desdobramentos políticos foram objeto do recente estudo desta mesma pesquisadora: NESTLE, Marion: *Soda politics: taking on big soda (and winning)*. Nova Iorque: Oxford University Press, 2015.



A abordagem da geografia no debate escolar sobre os temas que envolvem as escolhas alimentares procurou destacar o caráter político envolvido na alimentação em diferentes escalas. Ao mesmo tempo que o ato individual de alimentação pode ser entendido enquanto um gesto político, as ações que são tomadas internacionalmente, nacionalmente e localmente pelas grandes empresas acabam por influenciar diretamente as escolhas que são feitas pelas pessoas, especialmente nos grandes centros urbanos.

CONCLUSÕES

O tema alimentação, quando inserido nas temáticas da geografia no ambiente escolar, possibilita uma vasta gama de aprendizados e de produção de conhecimento. Um dos objetivos realizados ao longo do trabalho consistiu em partir da temática da alimentação, do gosto e da gastronomia para compreender os fatores envolvidos no processo de escolhas alimentares realizadas em ambientes urbanos.

A pesquisa partiu da realidade dos alunos no sentido de refletir sobre o que se come, quando se come, como se come e com quem se come para chegar às formas de produção e escolha dos alimentos. Em seguida, buscou-se uma abordagem mais ampla sobre as relações políticas e os interesses das grandes indústrias de alimentos. Nesse contexto, torna-se central o debate sobre a influência das grandes indústrias de alimentos nas escolhas alimentares. Grande parte da população é levada a consumir os produtos disponibilizados em grandes redes de supermercado que atuam como parceiros das grandes corporações de alimentos. Crianças e jovens são bombardeados diariamente com propagandas de produtos alimentares pensados primordialmente sob a lógica do lucro. As mudanças alimentares devem ser entendidas nesse contexto sociocultural em que os ambientes urbanos sofrem influências mundiais no cenário de fortalecimento dos meios de comunicação e das características inseridas na globalização.



Os alunos envolvidos no trabalho se mostraram muito dispostos a pesquisar e a compreender novos elementos sobre alimentação e suas relações com as temáticas tradicionalmente abordadas pela geografia escolar. Além disso, apontaram que as ideias que construíram neste campo resultarão em impactos sobre suas escolhas alimentares e permitiram a construção de novos patamares de consciência acerca dos produtos consumidos hodiernamente.

REFERÊNCIAS

CARNEIRO, Henrique S. **Comida e sociedade**: significados sociais na história da alimentação. *História: Questões & Debates*, Curitiba, n. 42, p. 71-80, 2005. Editora UFPR.

CASCUDO, Luís da Câmara. **História da alimentação no Brasil**. São Paulo: Global, 2011.

CASTRO, Josué de. **Geografia da Fome**: A Fome no Brasil. Rio de Janeiro: O Cruzeiro, 1946.

_____. **Geopolítica da Fome**. Rio de Janeiro: Casa do Estudante do Brasil, 1951.

CLAVAL, Paul. **A geografia cultural**. Florianópolis: Ed. da UFSC, 1999.

FLANDRIN, J.-L.; MONTANARI, M. **História da alimentação**. São Paulo: Estação Liberdade, 1998.

GARCIA, Rosa Wanda Diez. Reflexos da globalização na cultura alimentar: considerações sobre as mudanças na alimentação urbana. **Revista de Nutrição**: Campinas, 16(4):483-492, out./dez., 2003.

LEVI-STRAUS, Claude. **O cru e o cozido**: Mitológicas 1. São Paulo: Cosac & Naif, 2004.

MONTANARI, Massimo. **Comida como cultura**. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2013.

_____. **O mundo na cozinha**: história, identidade, trocas. São Paulo: Estação Liberdade, 2009.

NESTLE, Marion. **Food politics**: how the food industry influences nutrition and health. Berkeley: University of California Press, 2007.



_____. **What to eat.** New York: North Point Press, 2007.

PORTO-GONÇALVES, Carlos Walter. **Da Geografia às geo-grafias:** um mundo em busca de novas territorialidades. In: CECENÑA, A. E. y SADER, E. (Coords.) *La Guerra Infinita: hegemonía y terror mundial.* Buenos Aires, Clacso, 2001.

SANTOS, Carlos Alberto Antunes. A alimentação e seu lugar na história: os tempos de memória gustativa. **História: Questões & Debates**, Curitiba, n. 42, p. 11-31, 2005. Editora UFPR.

SAVARIN, Brillat. **A fisiologia do gosto.** São Paulo: Companhia das Letras, 1995.