

UNIVERSIDADE FEDERAL DE MATO GROSSO DO SUL
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO *STRICTO SENSU* EM ADMINISTRAÇÃO

Eíra Costa Reis

**Comportamento do Consumidor de Alimentos: uma visão
sobre Católicos e Protestantes**

Campo Grande - MS
2012

Eíra Costa Reis

**Comportamento do Consumidor de Alimentos: uma visão
sobre Católicos e Protestantes**

Dissertação apresentada como requisito parcial à
obtenção do grau de Mestre em Administração.
Universidade Federal do Mato Grosso do Sul.
Programa de Pós-Graduação *stricto sensu* em
Administração.

Área de concentração: Gestão do Agronegócio.

Orientador: Prof. Dr. Dario de Oliveira Lima-Filho.

**Campo Grande - MS
2012**

Eíra Costa Reis

**Comportamento do Consumidor de Alimentos: uma visão
sobre Católicos e Protestantes**

Esta dissertação foi julgada adequada para a obtenção do Grau de Mestre em Administração na área de concentração em Gestão do Agronegócio do Programa de Pós-Graduação *stricto sensu* em Administração da Universidade Federal de Mato Grosso do Sul e aprovada, em sua forma final, em 03 de julho de 2012.

Prof. Dr. José Nilson Reinert
Coordenador do Curso

Apresentada à Comissão Examinadora composta pelos professores:

Prof. Dr. Dario de Oliveira Lima-Filho
Universidade Federal de Mato Grosso do Sul

Prof. Dra. Thelma Lucchese-Cheung
Universidade Federal de Mato Grosso do Sul

Prof. Dr. Cleverson Rodrigues da Silva
Universidade Federal de Mato Grosso do Sul (membro externo)

AGRADECIMENTOS

Ao longo da jornada do mestrado muitas pessoas contribuíram, então possivelmente não conseguirei falar de todas especificamente, por isso agradeço a todos os professores, amigos, colegas de turma e familiares que participaram da concretização deste objetivo na minha vida.

Começo agradecendo a Deus pelo fôlego de vida, por esta oportunidade de estudo e por ter me sustentado e capacitado ao longo de todo o caminho. Agradeço a minha mãe, Edilene, que me incentivou, na verdade, por ter insistido muito. Obrigada, mãe! Por acreditar que sou capaz, por tudo que você me ensinou e pelos sacrifícios que fez por mim e pelos meninos.

Agradeço ao meu marido, Nilton, pelo companheirismo, por partilhar das minhas angústias, pela força nos momentos mais difíceis e por me fazer enxergar que as dificuldades passariam logo. Obrigada, amor! Agradeço a minha filha, Thaila, por ser essa criança especial, inteligente, carinhosa, que deu muito mais sentido à minha existência.

Agradeço ao professor Dario Lima por toda colaboração ao longo desses dois anos. Pelas orientações, pelos ensinamentos em sala, pelas correções, pelas dicas, pelos textos, enfim pela parceria e compreensão; agradeço, principalmente, por me ajudar adquirir uma visão muito mais ampla comparada a que tinha antes do mestrado. Muito Obrigada!

E também, agradeço muito ao Filipe Quevedo pela ajuda com os dados; e à minha querida Naira, que me ajudou não sei nem quantas vezes e nem por quais motivos, sei apenas, que cada vez que precisei ela estava apostos.

“Lança o teu pão sobre as águas, porque depois de muitos dias, o acharás. Reparte com sete e ainda até com oito, porque não sabes que mal haverá sobre a terra. Estando as muitas nuvens cheias, derramaram a chuva sobre a terra, e, caindo a árvore para o sul ou para o norte, no lugar em que a árvore cair, ali ficará. Quem observa o vento nunca semeará, e o que olha para as nuvens nunca segará.”

A Bíblia Sagrada, Eclesiastes 11: 1-4.

RESUMO

REIS, Eíra Costa. **Comportamento do Consumidor de Alimentos:** uma visão sobre de católicos e protestantes. 107f. Dissertação (Mestrado Acadêmico em Administração). Programa de Pós-Graduação em Administração, Universidade Federal de Mato Grosso do Sul, Campo Grande, 2012.

Orientador: Dario de Oliveira Lima-Filho.

Defesa: 03/07/2012.

O presente trabalho objetiva analisar o comportamento dos consumidores cristãos, de religiões católica e protestantes, quanto às práticas alimentares, no intuito de dicotomizar o comportamento dos fiéis em hedônico e funcional, respectivamente. O comportamento dos indivíduos é moldado pelo sistema simbólico do grupo ou sociedade de que faz parte, ou seja, pela cultura; a cultura religiosa provoca um senso de identificação ainda maior entre os membros de uma mesma religião, por partilharem de práticas semelhantes. Um dos aspectos mais emblemáticos e enraizados de uma cultura são os hábitos alimentares e as maneiras à mesa. Há o pressuposto, conforme sugere Max Weber (1905/1987), que os fiéis católicos e protestantes apresentam comportamentos distintos decorrente da orientação específica de cada doutrina religiosa, como idéias relacionadas à vocação e salvação. Nesse sentido, propõe-se a verificação desse pressuposto nas práticas alimentares dos fiéis em questão. Trata-se de uma pesquisa descritivo-quantitativa que utiliza dados secundários - pesquisa bibliográfica e documental -, e dados primários, obtidos por meio de entrevista pessoal individual estruturada nas cidades de Aquidauana e Anastácio, em Mato Grosso do Sul. A amostra é composta de 200 respondentes, sendo 100 Católicos Apostólicos Romanos e 100 Protestantes dentre Batistas, Presbiterianos e membros da Assembléia de Deus, com idade igual ou superior a 20 anos e freqüentador dos respectivos templos há, pelo menos, dois anos. Os resultados apontam que, apesar de existirem diferenças significativas no comportamento alimentar dos grupos religiosos pesquisados, não é possível validar a hipótese de que Católicos tem comportamento alimentar hedônico e Protestantes possuem comportamento alimentar funcional. Contudo, verificou-se que há relação maior entre Católicos e hedonismo e entre Protestantes e funcionalismo.

Palavras-chave: Hábitos Alimentares, Religião, Funcional-utilitarista, Hedônico.

ABSTRACT

REIS, Eíra Costa. **Comportamento do Consumidor de Alimentos:** uma visão sobre de católicos e protestantes. 107f. Dissertação (Mestrado Acadêmico em Administração). Programa de Pós-Graduação em Administração, Universidade Federal de Mato Grosso do Sul, Campo Grande, 2012.

Orientador: Dario de Oliveira Lima-Filho.

Defesa: 03/07/2012.

This paper aims to analyze the behavior of consumers Christians, catholic and protestants religions, regarding practice food, in order to dichotomize the behavior of believers in hedonic and functional, respectively. The behavior of individuals is shaped by the symbolic system of the group or society to which it belongs, in other words by culture; religious culture causes an even greater sense of identification among members of the same religion, because they share similar practices. One of the most emblematic and rooted aspects in a culture are eating habits and table manners. There is the assumption, according to Max Weber (1905/1987), which Catholics and Protestants have different behaviors due to the orientation of each specific religious doctrine, like ideas related to vocation and salvation. In this sense, it is proposed to verify this assumption in eating habits of the faithful in question. It is a quantitative descriptive research that uses secondary data - bibliographic and documentary research -, and primary data obtained through structured personal interview in the city of Aquidauana and Anastácio, in Mato Grosso do Sul. The sample is composite for 200 respondents, 100 Roman Catholics and 100 Protestants among Baptists, Presbyterians and members of the Assembléia de Deus, aged 20 years or more and assiduous member of their temples to, at least, two years. The results point that, despite significant differences in feeding behaviour of religious groups surveyed, cannot validate the hypothesis that Catholic's feeding behaviour is hedonic and Protestant's feeding behaviour is functional. Although, it was found that there is greater respect between Catholics and hedonism and between Protestant and functionalism.

Key words: Food Habits, Religion, Functional and Utilitarian, Hedonic.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

FIGURAS

| | | |
|----------|---|----|
| Figura 1 | Teoria da Ação Fundamentada | 27 |
| Figura 2 | O espaço social alimentar. | 36 |
| Figura 3 | Tipologia de consumidores de alimentos, de acordo com grau orientação à saudabilidade e prazer. | 59 |

QUADROS

| | | |
|----------|--|----|
| Quadro 1 | Variáveis para análise do comportamento do consumidor. | 67 |
| Quadro 2 | Classificação dos fatores. | 80 |

TABELAS

| | | |
|----------|--|----|
| Tabela 1 | População e distribuição percentual, segundo a religião - Brasil – 1940/ 2000. | 50 |
| Tabela 2 | A divisão religiosa da população (em %). | 51 |
| Tabela 3 | Perfil da amostra estudada (%). | 73 |
| Tabela 4 | Notas médias. | 74 |
| Tabela 5 | Notas médias de Católicos e Protestantes. | 77 |
| Tabela 6 | Cargas fatoriais. | 79 |
| Tabela 7 | Análise discriminante. | 82 |

GLOSSÁRIO

Alimento – é o que é ingerido para sobrevivência (DAMATTA, 1984).

Comida – “é tudo que se come com prazer de acordo com as regras mais sagradas de comunhão e comensalidade” (DAMATTA, 1984, p. 53).

Costume – modos abertos de comportamento que constituem maneiras de comportar culturalmente aprovadas ou aceitas em situações específicas (SHIFFMAN; KANUK, 2000).

Consumer Culture Theory- perspectiva de ações teóricas que abordam a dinâmica relação entre ações do consumidor, mercado e significados culturais (ARNOULD; THOMPSON, 2005).

Cultura – sistema simbólico constituído por um conjunto de mecanismos de controle, planos, receitas e instruções que governam o comportamento humano (BRAGA, 2004).

Espaço Social Alimentar - corresponde à zona de liberdade dada aos comedores humanos pela dupla série de condicionantes materiais, a saber, limitantes fisiológicos e biológicos do comedor e limitantes ecológicos (POULAIN; PROENÇA, 2004)

Funcional - relativo às funções vitais; em cuja execução ou fabricação se procura atender, antes de tudo, à função, ao fim prático (WEISZFLOG, 2007).

Hedonismo– doutrina ética que afirma constituir o prazer, só ou principalmente, a felicidade da vida (WEISZFLOG, 2007).

Modelo Alimentar – conjunto de conhecimentos acumulados de geração em geração que influencia a escolha dos alimentos, o modo de preparo, os tipos de pratos e os rituais de consumo (POULAIN, 2004).

Religião – relação entre o homem e o poder sobre-humano no qual ele acredita ou do qual ele se sente dependente (GAADER, 2000).

Secular – mundano; que não pertence a ordens religiosas (AMORA, 1997).

Sociedade – “[...] grupo ou coletivo humano dotado de uma combinação mais ou menos densa de algumas das seguintes propriedades: territorialidade; recrutamento principalmente por reprodução sexual de seus membros; organização institucional relativamente auto-suficiente e capaz de persistir para além do período de vida de um indivíduo; distintividade cultural”. Em outras palavras, o autor sugere o termo sociedade podendo ser substituído por: povo; sistema ou organização social; cultura (VIVEIROS DE CASTRO, 2000, p.183).

SUMÁRIO

| | |
|--|-----|
| RESUMO | 6 |
| ABSTRACT | 7 |
| LISTA DE ILUSTRAÇÕES | 8 |
| GLOSSÁRIO..... | 9 |
| 1. INTRODUÇÃO..... | 13 |
| 1.1 DELIMITAÇÃO DO PROBLEMA | 13 |
| 1.2 JUSTIFICATIVA | 15 |
| 1.3 OBJETIVOS DO ESTUDO..... | 17 |
| 1.3.1 Objetivos Específicos..... | 17 |
| 1.4 PRESSUPOSTOS | 18 |
| 2. REFERENCIAL TEÓRICO..... | 19 |
| 2.1 A CULTURA E COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR..... | 22 |
| 2.1.1 Cultura, Alimento e Alimentação..... | 28 |
| 2.1.2 Aspectos Simbólicos da Alimentação | 34 |
| 2.2 CULTURA RELIGIOSA | 40 |
| 2.2.1 Alimento e Religião | 45 |
| 2.2.2A Representatividade de Católicos e Protestantes no Brasil..... | 49 |
| 2.2.3 Prática de Católicos e Protestantes na Visão Weberiana | 51 |
| 2.3 PRÁTICAS HEDÔNICAS E FUNCIONAIS-UTILITÁRIAS | 54 |
| 3. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS | 65 |
| 3.1 TIPO DE PESQUISA | 66 |
| 3.2 VARIÁVEIS DO ESTUDO | 66 |
| 3.3 POPULAÇÃO E AMOSTRA | 69 |
| 3.4 COLETA DE DADOS..... | 70 |
| 3.5 MÉTODO DE ANÁLISE DOS DADOS | 71 |
| 4. RESULTADOS E DISCUSSÃO | 73 |
| 4.1 PERFIL DA AMOSTRA..... | 73 |
| 4.2 DIFERENÇAS ENTRE CATÓLICOS E PROTESTANTES..... | 77 |
| 4.2.1 Análise Fatorial | 79 |
| 4.2.2 Análise Discriminante | 82 |
| 5. CONSIDERAÇÕES FINAIS | 89 |
| BIBLIOGRAFIA | 97 |
| APÊNDICE A - QUESTIONÁRIO | 104 |
| APÊNDICE B - LEVÍTICO 11 | 106 |

1. INTRODUÇÃO

1.1 DELIMITAÇÃO DO PROBLEMA

Os alimentos são objeto de estudo de várias áreas da ciência em virtude da diversidade de aspectos que envolvem o ato alimentar, despertando a atenção de disciplinas como: nutrição, medicina, antropologia, sociologia, economia, administração. Questões relevantes, a exemplo de tipo de alimento, formas de cultivo, saudabilidade dos alimentos, produtos comestíveis ou não, identificação cultural, maneiras à mesa, distinção social a partir das práticas alimentares, consumo homogeneizado, perda de identidade, têm sido abordadas na literatura relacionada ao alimento e ao ato alimentar. Esta pesquisa enfoca as práticas e a cultura alimentares por meio de conhecimentos advindos da história da alimentação, da sociologia e da antropologia.

A alimentação tem a propriedade de nutrir, dar sustento, suprir perdas sofridas pelo organismo. Contudo, mais que garantir as funções vitais do organismo humano, a alimentação é uma atividade embebida de significados e ritos que fazem sentido em meio ao contexto social no qual o indivíduo está inserido. Em uma perspectiva cultural os alimentos tornam-se peculiaridades dos povos ou grupos sociais. Por exemplo, em muitos lugares do país pode-se comer queijo, mas o queijo minas é uma especialidade de Minas Gerais, bem como o churrasco identifica os gaúchos e o tereré os sul-mato-grossenses. Ou seja, cada grupo social encontra uma maneira específica de utilizar o alimento em virtude das crenças, ritos e costumes provenientes de sua cultura.

Os alimentos fazem parte de um contexto que moldam as práticas alimentares em virtude da cultura dos grupos sociais. Mesmo diante da condição de onívoro dos seres humanos, na qual, a princípio, o homem é capaz de “comer de tudo”, verifica-se como principal limitante das escolhas alimentares o sistema cultural do grupo. A formação dos diferentes modelos alimentares ocorre em meio a um espaço social de diferenciação, no qual o posicionamento de um grupo realiza-se em relação aos outros grupos; pois a cultura traz senso de identidade e distinção para os membros de uma sociedade (POULAIN, 2004; CORBEAU 1997 *apud* POULAIN, 2004; FISHLER, 1988).

São relevantes na formação dos modelos alimentares, entre outras, questões como os aspectos fisiológicos e biológicos dos indivíduos e os aspectos ecológicos do ambiente. Os primeiros referem-se à capacidade digestiva e a condição de onívoro do ser humano; os

últimos retratam a maneira e os recursos empregados na utilização do meio. Cada um destes aspectos é influenciado pela cultura dos povos, o que torna as práticas alimentares distintas, determinados alimentos permitidos ou proibidos, comestíveis ou não, pois os indivíduos ingerem apenas alimentos socialmente identificados (BRAGA, 2004; DAMATTA, 1994).`

Há um consenso na Administração, sobretudo entre os autores de Marketing, a respeito da cultura em relação ao comportamento do consumidor; acredita-se que este é fator de maior influência sobre o consumidor (KOTLER; ARMSTRONG, 2003; SHETH; MITTAL; NWEEMAN, 2001; ENGEL; BLACKWELL; MINIARD, 2000; SHIFFMAN; KANUK, 2000). A cultura é dividida em várias subculturas. Subcultura refere-se à formação de grupos menores dentro da cultura, isto se dá pela identificação e socialização mais específica de seus membros, por exemplo, etnia, nacionalidade, localização urbana *versus* rural e religião (SHIFFMAN; KANUK, 2000).

No caso dos grupos religiosos o senso de identificação entre os membros é maior, pois os fiéis compartilham práticas e hábitos semelhantes em decorrência da fé que professam. As pessoas gostam de identificar-se ou ser parecidas com as outras pessoas do grupo de que fazem parte. Assim, a religião, enquanto subcultura, é um importante influenciador do comportamento e das práticas alimentares (ARNOULD; THOMPSON, 2005; KOTLER; ARMSTRONG, 2003).

Neste sentido, a presente pesquisa toma as religiões cristãs Católica e Protestantes - que representam 61% e 25% da população brasileira (FRANCO, 2010), respectivamente - com o intuito de verificar a influência da cultura religiosa nas práticas alimentares destes grupos, a partir do pressuposto do sociólogo alemão Max Weber (1905/1987) no início do século passado. Analisando essas duas vertentes distintas do cristianismo o autor mostra as diferenças comportamentais entre católicos e protestantes na educação, na escolha da profissão, no mercado de trabalho, no lazer, na acumulação de capital, na alimentação. O relato de Weber revela que Católicos adotam comportamento hedônico, enquanto Protestantes apresentam comportamento funcional-utilitarista. Hedônico refere-se a aspectos multisensoriais, fantasiosos, emotivos da experiência de uma pessoa com o produto (HIRSCHMAN; HOLBROOK, 1982); enquanto funcional (utilitário) ressalta funções vitais, em cuja execução ou fabricação se busque, antes de tudo, atender aos fins práticos, a função, a tarefa (WEISZFLOG, 2007).

O alimento é um produto que pode trazer à luz essa dicotomia entre práticas hedônicas e funcionais entre Católicos e Protestantes em virtude das propriedades deste, que,

além da capacidade nutricional, externa o senso identitário de um povo ou grupo social por meio dos valores culturais; pelas associações culturais que os indivíduos atribuem aos alimentos; e porque a cultura de um grupo social transforma tanto os alimentos como também os indivíduos que os consomem (POULAIN, 2004; DAMATTA, 1994; FISHLER, 1988).

Na alimentação, as práticas hedônicas referem-se à valorização do sabor, da elaboração, do caráter convivial e do prazer proporcionado pelos alimentos, enquanto nas práticas utilitaristas a atenção está voltada às características nutricionais, à praticidade e conveniência que os alimentos podem proporcionar.

As práticas alimentares, geralmente, formam-se pelas raízes históricas, pelas práticas e necessidades habituais e pelos hábitos advindos da globalização; desta forma, se por um lado a globalização provoca o processo de padronização nos hábitos alimentares, sendo estes caracterizados pela conveniência e funcionalidade (BLEIL, 1998), por outro há os que acreditam (POULAIN, 2004; DAMATTA, 1994) que os particularismos culturais não desaparecem com facilidade, tendo em vista que a alimentação é o aspecto mais enraizado de uma cultura, cujas transformações são lentas e gradativas.

Nesse sentido, tomando o pressuposto de Weber (1905/1987), sobre as diferenças comportamentais verificadas em Protestantes e Católicos, apresenta-se a pergunta de pesquisa: considerando que as práticas alimentares transformam-se, evoluem; é possível identificar diferenças significativas no comportamento alimentar de católicos e protestantes na sociedade contemporânea? Ou seja, considerando as evoluções e possíveis modificações aos hábitos/modelos/práticas alimentares da população desde os primeiros estudos de Weber (1905/1987), é ainda tão evidente as diferenças das práticas alimentares de católicos e protestantes?

1.2 JUSTIFICATIVA

O estudo do comportamento do consumidor, especificamente quanto às práticas alimentares, ganha destaque na sociedade contemporânea. Transformações decorrentes da globalização econômica estão presentes inclusive na alimentação (BLEIL, 1998). Os sistemas agroindustriais vivem um regime de abundância, no qual a variedade de produtos cresce intensamente e os alimentos estão disponíveis ao consumidor (POULAIN, 2004). Deve-se mencionar, ainda, o interesse do Estado nesses estudos expresso pela quantidade de pesquisas

financiada na área. Assim, a realização da presente pesquisa faz-se relevante para academia, para o mercado e para as políticas públicas.

Para academia o estudo é importante por apresentar um enfoque diferenciado. Comumente os estudos que abordam a influência da religião sobre o comportamento do consumidor examinam a relação entre os consumidores mais ou menos religiosos e seu comportamento ou comparam o comportamento dos consumidores em diferentes culturas ou países (MOSCHIS; SIM ONG, 2011). Na presente pesquisa será comparado o comportamento de consumidores de uma mesma nacionalidade (brasileiros) com orientações religiosas distintas. Geralmente as abordagens dadas à alimentação estão mais relacionadas ao campo da saúde. Nas ciências sociais são englobadas questões ligadas ao sincretismo, aos valores afetivos e a outras associações que, ainda, não se conhece bem (FREITAS; PENA, 2007).

Ao conhecer a possibilidade de dicotomizar os consumidores cristãos em hedônicos ou utilitaristas, um novo olhar é apresentado sobre o comportamento do consumidor de alimentos na sociedade contemporânea, uma vez que as escolhas do indivíduo estão submetidas à simbologia cultural classificatória dos alimentos dentro de uma sociedade. O presente estudo é relevante também por verificar o pressuposto de Weber (1905/1987) – concebido no final do século 19 e início do século 20, junto à população alemã; portanto em outra realidade - nos dias atuais e para a população brasileira.

Também do ponto de vista gerencial pretende-se contribuir, pois as práticas alimentares transformam-se, evoluem. Muitas vezes, como consequência das determinações impostas aos indivíduos nos dias atuais, adota-se maior conveniência e menor tempo para o ato alimentar, resultantes da intensa urbanização, da mudança da valoração do trabalho doméstico, do consumo globalizado. Contudo, as peculiaridades de uma cultura não desaparecem com rapidez ou facilidade; algumas vezes, as práticas alimentares podem representar até símbolo de resistência cultural. Poulain (2004) revela, por exemplo, que a rede de restaurantes McDonald's, presente em muitos países, é obrigada a apresentar estratégias de diversificação para adaptar-se aos mercados locais. Na Índia, a empresa precisou equacionar a questão da carne, utilizada na maioria dos sanduíches no padrão norte-americano, já que a vaca é sagrada para os hindus. Na França, onde a comida é praticamente patrimônio cultural dado o caráter tradicionalista da culinária, os restaurantes passaram a servir bebidas alcoólicas; já nos Estados Unidos (EUA) os clientes dispõem apenas de bebidas não-

alcoólicas. Assim, é necessário avaliar a prática resultante da miscigenação formada pelos hábitos históricos de um povo e as novas práticas alimentares.

E, finalmente, para as políticas públicas o estudo é importante por colaborar para que seja observado o padrão alimentar adequado às características e tradições do povo brasileiro. Ao conhecer o comportamento do consumidor é possível oferecer subsídios para os programas de nutrição em escolas e prevenção de doenças ligadas à saúde, uma vez que o sucesso destes (programas) depende do seu poder de penetração no sistema simbólico no qual a sociedade está inserida. A título de exemplo, pode-se citar o programa da Secretaria de Saúde do Rio de Janeiro, que distribuiu leite em pó e óleo de soja para serem misturados e administrados às crianças desnutridas, com o intuito de aumentar a absorção dos nutrientes; porém, o programa fracassou, pois as mães não fizeram a mistura como recomendada, deram o leite aos filhos e utilizaram o óleo para cozinhar, de acordo com o hábito dos brasileiros (BRAGA, 2004).

1.3 OBJETIVOS DO ESTUDO

Na literatura há o pressuposto, oriundo das afirmações de Weber (1905/1987), de que Católicos e Protestantes embora tenham origem cristã, possuem comportamentos distintos decorrentes das características específicas de cada doutrina religiosa. Desta forma, o objetivo do presente trabalho é avaliar o comportamento alimentar dos consumidores cristãos, seguidores das doutrinas católica e protestante, quanto às práticas alimentares.

1.3.1 Objetivos Específicos

Especificamente a pesquisa apresenta os seguintes objetivos:

- a) dicotomizar o comportamento dos fiéis em hedônico ou funcional;
- b) verificar a orientação de consumo dos alimentos em relação às dimensões hedônica e funcional;
- c) verificar a aplicabilidade do pressuposto de Weber (1905/1987) na sociedade contemporânea.

1.4 PRESSUPOSTOS

Os católicos, consoante a doutrina da Igreja Católica Apostólica Romana, estão certos de sua salvação, independente da conduta em vida. O estado de graça e o perdão poderiam ser obtidos por sacramentos mágicos, pela confissão e por boas obras individuais (WEBER, 1905/1987). Os protestantes, por seu lado, guiados pela liturgia de João Calvino (1509-1564) e Martinho Lutero (1483-1546), devem conquistar e manter sua salvação por meio das “obras”, principalmente no que se relaciona ao trabalho; não devem entregar-se aos prazeres mundanos. Para Calvino e Lutero, o estado de graça e a certeza da salvação só serão possíveis pela prova de um tipo específico de conduta, diferente do homem natural; conduta esta que levou ao planejamento racional da vida do indivíduo como um todo (WEBER, 1905/1987).

Nesse sentido, o presente estudo apresenta o seguinte pressuposto: é válido na sociedade contemporânea, em relação às práticas alimentares, o postulado de Max Weber – de que Católicos apresentam um comportamento hedônico-social e Protestantes adotam comportamento utilitário-funcionalista.

2. REFERENCIAL TEÓRICO

Este capítulo desenvolve-se como uma proposta de discussão de referencial conceitual, com o intuito de embasar a construção do método de pesquisa e os procedimentos metodológicos; e, posteriormente, a discussão dos dados obtidos. Este estudo parte do pressuposto de que nas práticas alimentares Católicos têm comportamento hedônico-social e Protestantes adotam comportamento utilitário-funcionalista.

É importante, como ponto de partida, destacar algumas proposições acerca do objeto deste estudo: a alimentação. Geralmente, o estudo do comportamento do consumidor de alimentos é dado por um modelo que considera a escolha do alimento como resultante da interação de três dimensões: o próprio consumidor, o alimento e o contexto em que ocorre a compra, o preparo e o consumo do alimento (GAINS, 1994). Nos estudos na área de Marketing a alimentação é enfocada, principalmente, quanto às variáveis motivadoras do comportamento do consumidor. Von Alvensleben (1997), por exemplo, no livro “Agro-food marketing” propõe que a motivação para a demanda por alimentos depende de variáveis relacionadas ao consumidor, tais como: normas e valores da sociedade, família e grupos de referência; e situação sócio-econômica do consumidor. E, também, o estudo do comportamento do consumidor de alimentos, em Marketing, compreende avaliar a maneira como as pessoas decidem gastar seus recursos, considerando dinheiro, tempo e esforço na aquisição e consumo de produtos (SHIFFMAN; KANUK, 2000).

Para a Antropologia a alimentação faz parte de um conjunto simbólico, tendo em vista que cada alimento traz consigo associações culturais que a sociedade lhes atribui (BRAGA, 2004). Diante da necessidade fisiológica dos seres humanos de ingestão de alimentos, cada grupo social encontra um meio culturalmente identificado de utilizar o alimento para suprir essas necessidades (MACIEL, 2005). A alimentação, neste contexto, ajuda a estabelecer a identidade, a definir um grupo, classe ou pessoa (BOURDIEU, 1996; DAMATTA, 1984). Nesse sentido, destaca-se que a identidade social ou identidade cultural consiste em um processo de identificação histórica e simbólica apropriadas que confere sentimento de pertença a um determinado grupo étnico, cultural, religioso, de acordo com a percepção de diferenças e semelhanças (RODRIGUES, 2012).

Assim como na Antropologia, para a Sociologia alimentar-se é mais que ingerir alimentos. É, ao mesmo tempo, uma necessidade básica do ser humano e uma atividade cultural. A alimentação é um ato social que traz convívio, diferenças e expressa o mundo da

necessidade, da liberdade e da dominação (FISCHLER, 1988). Conforme o antropólogo francês Jean-Pierre Poulain (2004), por meio da alimentação vínculos sociais são tecidos e mantidos; percebe-se a identificação e a diferenciação social; e, também, é à mesa que as aprendizagens sociais mais fundamentais são transmitidas.

Nesse sentido, a visão dos sociólogos franceses Émile Durkheim (1858-1917) e do alemão Maximilian Carl Emil Weber (1864-1920), ou simplesmente Max Weber, em relação à sociedade trazem importantes considerações a presente pesquisa acerca da religião, considerada como meio social que pode influenciar o comportamento dos indivíduos.

Durkheim (1894/2007) explica a relação entre sociedade e indivíduo tomando por base o conceito de fato social. Segundo o autor, fato social abrange os meios de agir e pensar externos ao indivíduo que coercitivamente o influenciam quanto o pensar e o agir (DIAS, 2004). As regras, as crenças, as tendências, práticas tomadas coletivamente pelo grupo social é que representam para o autor os fatos sociais (DURKHEIM, 1894/2007).

Para o autor, as ações e as idéias do indivíduo são orientadas por regras não criadas por ele, mas que são aceitas e seguidas por este e por toda sociedade. Tais regras de conduta do indivíduo são externas a este e advém de uma consciência coletiva; apesar de não existir se não no indivíduo, o conjunto de crenças, práticas, as regras de maneira geral, não dependem de um indivíduo ou outro para existirem, pois forma-se da solidariedade do estado de consciência comuns na maior parte dos membros de uma mesma sociedade; e ainda, exerce vigilância sobre a conduta do cidadão, reprime e aplica sanções aos atos considerados ofensivos por esta consciência coletiva (DURKHEIM, 1894/2007; DIAS, 2004).

Assim, consoante ao autor o fato social é caracterizado como geral, externo e coercitivo. Geral, pois os fatos sociais decorrem de uma consciência coletiva comum, independente das manifestações individuais. Externo, uma vez os fatos sociais não são oriundos do indivíduo, são externos a este, advém de práticas, crenças e tendências tomadas coletivamente e independem da consciência do indivíduo. E coercitivo, pois o fato social exerce vigilância e controle sobre a conduta do indivíduo, por meio da consciência pública (que é a consciência comum a maioria dos membros da sociedade) e da moral que se refere ao conceito do que é bom e aceitável para o grupo social; essas regras não são obrigatórias, mas dificilmente existe outra maneira de agir (DURKHEIM, 1894/2007).

Durkheim, com a intenção de assegurar o caráter científico da Sociologia, salientou que a regra mais fundamental a ser observada no estudo da sociedade consiste em considerar o fato social como coisa, ou seja, estudar os fenômenos sociais livre de qualquer idéia ou

representação que o indivíduo faça a seu respeito. Uma vez que o homem não pode viver entre as coisas sem fazer juízo destas, e assim sua conduta é regulada por tais juízos de valor (BRASIL ESCOLA/DURKHEIM E O FATO SOCIAL, 2012; DURKHEIM, 1894/2007; DIAS, 2004)

Para Weber (1905/1972) a relação entre sociedade e indivíduo é explicada a partir do conceito de ação social, que se refere à ação realizada pelo indivíduo que é orientada pela ação de outros indivíduos (DIAS, 2004). O autor procura entender a ordem social como produto da ação individual no meio social, ou seja, não se interessa por individualidades e sim pelas ações individuais que ganham sentido na reciprocidade de várias ações sociais dos membros da sociedade. Para Weber a ciência sempre estará em construção, uma vez que a cada realização científica surgiram novas perguntas e mais conhecimento pode ser adquirido, por isso não existem verdades absolutas ou leis gerais para explicar a totalidade do mundo social (WEBER, 1905/1972). O autor procura explicar a ordem social por meio de leis causais, busca compreender as causas e os determinantes dos fenômenos sociais a partir de quatro tipos ideais, que servem de modelo de ações fundamentais, a saber: ação social racional com relação a fins, ação social racional com relação a valores, ação social afetiva, ação social tradicional (BRASIL ESCOLA/A DEFINIÇÃO DE AÇÃO SOCIAL DE MAX WEBER, 2012).

No entendimento de Weber não existem milagres, forças, misteriosas; por meio da ciência a revelação, as pressuposições, as crenças dão lugar ao conhecimento científico, a racionalização e a intelectualização, ou seja, “o mundo foi desencantado” (WEBER, 1905/1972, p. 165). Neste contexto, importantes ferramentas do trabalho científico, no entendimento de Weber, são o conceito (a construção de conceitos) e a experimentação racional (DIAS, 2004).

Max Weber entende que o pesquisador não está neutro em relação ao seu objeto de pesquisa científica ao estudar a ordem social, uma vez que este faz parte mundo social. Ao despertar interesse por determinado assunto o sujeito que realiza o estudo demonstra de alguma maneira envolvimento com a situação a ser estudada; como no caso de Weber que a partir de sua vivência com protestantes passa estudá-los. Assim, não se tem a objetividade completa ou a neutralidade do sujeito que realiza o estudo, como acredita Durkheim, esta postura só é atingida depois da definição do objeto a ser pesquisado, antes deste ponto os valores do estudioso podem estar envolvidos a realidade social que se deseja estudar

(BRASIL ESCOLA/A DEFINIÇÃO DE AÇÃO SOCIAL DE MAX WEBER, 2012; DIAS, 2004).

No estudo das práticas alimentares, mais do que lançar mão dos conhecimentos da Sociologia e da Antropologia, Poulain (2004) propõe uma socioantropologia, que tem por objeto a maneira como as sociedades e culturas organizam questões biológicas e fisiológicas na formação de um modelo alimentar, pois ambas as ciências entendem que o ato alimentar está cercado de simbolismos e vínculos sociais impostos pela sociedade; assim, coincidindo-se e complementando-se em muitos pontos.

Este capítulo está organizado em três grandes temas, a saber: Cultura e Comportamento do Consumidor, Cultura Religiosa e Práticas Hedônicas e Funcionais. Na primeira parte é discutida a influência cultural sobre os consumidores de alimentos, a complexidade dos aspectos simbólicos deste produto na formação de um modelo alimentar e, conseqüentemente, das escolhas alimentares dos produtos socialmente identificados. Na segunda, apresentam-se conceitos de religião, a evolução dos principais grupos religiosos no Brasil, comportamentos sendo influenciados pela cultura religiosa e as idéias de importantes autores quanto à temática religiosa. Enfatiza-se a relevância das idéias de Max Weber que orientaram a problemática levantada por este estudo. E, por fim, na terceira parte a discussão centra-se nas dimensões hedônico-social e funcional-utilitarista do consumo, principalmente nas práticas alimentares.

2.1 A CULTURA E COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR

O estudo do comportamento do consumidor, geralmente, estabelece-se confortavelmente nos conhecimentos e idéias do Marketing, sobretudo no Brasil e nos EUA. No entanto, o foco da presente pesquisa – as práticas alimentares – é visto por muitos pesquisadores da área como ato simplista. Autores como Blackwell, Minard e Engel (2011), Sheth, Mittal e Newman (2001) e Shiffman e Kanuk (2000) propõem que as escolhas alimentares sejam realizadas de maneira semelhante a quaisquer produtos de uso freqüente. Para eles existem decisões que requerem esforço do consumidor para que a escolha correta seja feita, principalmente quando se trata da primeira compra ou de produtos de maior valor agregado. E há decisões menos árduas, nas quais as compras são freqüentes, repetidas, o que, geralmente, leva à inércia, fazendo com que o processo de tomada de decisões seja direcionado por regras simples, como a compra de uma marca conhecida, já utilizada ou em

promoção. Nesse sentido, esses autores acreditam que as escolhas alimentares estariam enquadradas nesta última categoria.

Caminhando na direção oposta autores brasileiros, como Spanhol (2008), Lucchese-Cheung (2007) e Maciel (2005), e internacionais, a exemplo de Poulain (2004), Bell e Marshall (2003), Shack (1995) e Garine (1995), entendem que as escolhas alimentares são muito mais complexas, pois envolvem aspectos biológicos, fisiológicos, culturais, econômicos, históricos e sociais – seja na sociedade em que a escolha é realizada seja para definir o posicionamento desta sociedade relação às demais.

Autores como Solomon (2002); Alvensleben (1997); Bleil (1998) entendem que a análise do comportamento do consumidor é multidisciplinar e cada área traz importantes contribuições ao desenvolvimento da teoria do comportamento do consumidor. Por isso, o presente estudo remete um olhar em alguns autores do Marketing que defendem o aspecto cultural como um influenciador complexo do comportamento do consumidor. Contudo, o enfoque dado na presente pesquisa lança mão dos conceitos da sociologia e da antropologia, sem a pretensão de esgotar a discussão sobre o assunto; a intenção é ampliar o recorte cultural sobre as escolhas dos alimentos e estudar as práticas alimentares na complexidade que o tema exige.

Adota-se como premissa o entendimento de Cultura pela perspectiva antropológica, pelo fato desta área do conhecimento propor visões do mundo não etnocêntricas, ou seja, óticas culturais tão relevantes quanto àquela da sociedade tomada como referência; e, também, em função de os estudos antropológicos entenderem que povos e contextos culturais unidos o são por tradições sociais (SANTOS, 2005).

O autor Laraia (2007) no livro “Cultura: um conceito antropológico” procura trazer uma reconstrução do conceito de cultura de acordo com a classificação do antropólogo Keesing (1961). Keesing (1961) considera em um primeiro momento autores que entendem a cultura como um sistema adaptativo, esses teóricos apresentam divergências, contudo concordam que:

"Culturas são sistemas (de padrões de comportamento socialmente transmitidos) que servem para adaptar as comunidades humanas aos seus embasamentos biológicos."; b) "Mudança cultural é primariamente um processo de adaptação equivalente à seleção natural."; c) "A tecnologia, a economia de subsistência e os elementos da organização social diretamente ligada à produção constituem o domínio mais adaptativo da cultura."; d) "Os componentes ideológicos dos sistemas culturais podem ter conseqüências adaptativas no controle da

população, da subsistência, da manutenção do ecossistema etc.” (LARAIA, 2007, p.59 e 60).

Em seguida, Keesing (1961) apresenta os autores das teorias idealistas da cultura segmentada em três partes. Na primeira, a cultura é um sistema de conhecimento, no qual os indivíduos adquirem conhecimentos e crenças para viver de maneira adequada na sua sociedade. A segunda considera a cultura como um sistema estruturalista, desenvolvida por Claude Lévi-Strauss, descreve cultura como:

"[...] um sistema simbólico que é uma criação acumulativa da mente humana. O seu trabalho tem sido o de descobrir na estruturação dos domínios culturais — mito, arte, parentesco e linguagem — os princípios da mente que geram essas elaborações culturais [...]" (LARAIA 2007, p.60).

E a terceira, descreve a cultura como sistemas simbólicos cujas idéias foram desenvolvidas por Geertz "[...] não um complexo de comportamentos concretos, mas um conjunto de mecanismos de controle, planos, receitas, regras, instruções [...]" (LARAIA, 2007, p.61). Laraia (2007) acredita, a partir das reflexões de Geertz, que o ser humano nasce com a capacidade de adaptar-se a qualquer cultura, porém limita-se às condições culturais do local onde nasceu.

Geertz (1989) vê o homem como um animal que está amarrado a teias de significados tecidas por ele mesmo; enquanto a cultura representa uma destas teias e a sua análise, e também, uma ciência interpretativa, à procura do significado. Para Geertz (1989) a cultura pode ser interpretada a partir de um sistema de símbolos e significados formado por relações internas, de um modo particular de pensar o mundo, na cena do cotidiano e de cada contexto específico.

Ainda no campo da Antropologia, Santos (2005) propõe a cultura em dois níveis, visto que para os antropólogos a cultura está disposta em vários níveis. No primeiro estão compreendidas características de comportamento exclusivas dos seres humanos em relação a outras espécies, além da noção de comportamento aprendido e ensinado. No segundo nível, apresenta-se a capacidade humana de gerar comportamentos e a capacidade da mente humana de reagir por meio de seu potencial simbólico e lingüístico.

Assim, a presente pesquisa propõe o conceito de cultura, consoante a Braga (2004), no qual a cultura é um sistema simbólico, constituído por um conjunto de mecanismos de controle, planos, receitas e instruções que governam o comportamento humano. As regras que

constituem esse sistema, para alguns pesquisadores, não são impostas por pressões, mas sim absorvidas naturalmente no cotidiano por meio da atividade prática e do interesse utilitário; para outros são, em sua formulação, arbitrárias e possuem nítida intenção de disciplinar o comportamento humano (BRAGA, 2004).

Nesse sentido, faz-se necessário apresentar o conceito de vida em sociedade, que para Durkheim (1893/1978) na obra “Da divisão do trabalho social” representa um o sistema determinado formado pelo conjunto de crenças e de sentimentos presente, pelo menos, na média dos membros de uma mesma sociedade, e este sistema tem vida própria; também denominado de vida coletiva ou comum, para o autor “[...] existe uma solidariedade social decorrente de certo estado de consciência comuns a todos os membros da mesma sociedade [...]” (DURKHEIM, 1978, p.78).

Em uma visão no campo do Marketing que engloba o indivíduo, a sociedade, a cultura e o mercado consumidor, Arnould e Thompson (2005), a partir de reflexões e revisões de pesquisas sobre o comportamento do consumidor nos 20 anos anteriores à publicação do seu estudo, propõem o termo *Consumer Culture Theory* (CCT). A teoria da cultura do consumidor refere-se a uma perspectiva de ações teóricas que abordam a dinâmica relação entre ações do consumidor, mercado e significados culturais.

Nesta abordagem os autores entendem cultura como um sistema coletivo, razoavelmente homogêneo, que compartilha significados, meios de vida, e que unifica valores compartilhados pelos membros de uma sociedade. Parafraseando os autores, a cultura do consumidor pode ser definida como: “[...] um arranjo social em que as relações entre cultura vivida e recursos sociais e entre meio de vida significativo e sistema de recursos simbólico e material do qual dependem são mediadas pelo mercado [...]” (ARNOULD; THOMPSON, 2005, p. 2).

Por meio da cultura os membros de uma sociedade adquirem senso de identidade e compreensão do comportamento aceitável; no âmbito do mercado, a cultura do consumidor descreve um sistema produzido comercialmente de imagens, textos e objetos usados pelos membros dos grupos que fazem sentido socialmente orientando, assim, a experiência e a vida destes (ARNOULD; THOMPSON, 2005).

O cerne teórico da CCT está na relação entre a identidade individual e coletiva do consumidor e na cultura criada e incorporada ao mundo vivido por este. Essa abordagem busca analisar de que maneira as referências culturais do consumidor que são originadas, transformadas e sustentadas por forças históricas, tais como mitos e ideologias, acabam

tornando-se fundamento de circunstâncias socioeconômica específicas e sistemas de mercado (ARNOULD; THOMPSON, 2005).

Em outras palavras, os consumidores por meio da cultura são influenciados no que se refere ao sentido do eu e do espaço, comunicação e idioma, vestuário e aparência, alimentação e hábitos alimentares, crenças e atitudes, valores e normas, entre outros comportamentos e atitudes (ENGEL, BLACKWELL E MINARD, 2000).

Há vários estudos empíricos (por ex.: TORRES; ALLEN, 2009; RAMOS, 2008; PINEYRUA, 2006; GATELLI, 2005) que analisam a influência cultural sobre o comportamento do consumidor. O trabalho de Torres e Allen (2009) têm como propósito identificar e analisar os efeitos de padrões culturais no comportamento de consumo, fazendo uso da metodologia sugerida por Allen, Ng e Wilson (2002), que busca explicar como os valores humanos afetam a decisão de consumo por meio do modelo de duas rotas. As rotas representam formas – direta e indireta – de escolha adotadas pelo consumidor, de acordo com as influências dos valores humanos no tipo de julgamento e no significado de um bem ou serviço.

É importante destacar neste ponto o conceito de valor/valores. Os valores representam crenças do consumidor e conduta adequada diante da sociedade e podem ser pessoais ou sociais. Os valores pessoais consistem nos comportamentos adequados para o indivíduo, enquanto os valores sociais são os comportamentos adequados para uma sociedade ou grupo (ENGEL; BLACKWELL; MINIARD, 2000; FISHBEIN; AJZEN 1975 *apud* SHEPERD; SPARKS, 1999).

Voltando ao estudo de Torres e Allen (2009), para os autores os valores humanos básicos exercem influência direta na decisão de compra quando as pessoas estimam o valor simbólico de um produto, fazendo, dessa forma, um julgamento afetivo sobre ele. Segundo Torres e Allen (2009), quando os consumidores avaliam o valor utilitário de um produto julgando cada uma das suas características utilitaristas, os valores humanos têm influência indireta na escolha, por meio dos atributos tangíveis desse produto.

Torres e Allen (2009) coletaram os dados junto a amostras de dois países com valores culturais diferentes, Brasil e Austrália, especificamente quanto aos elementos subjetivos da cultura do individualismo e do coletivismo. A pesquisa quantitativa, por meio de *survey*, foi operacionalizada mediante questionário aplicado a amostras significativas de brasileiros e de australianos, incluindo estudantes universitários e a população em geral. Os resultados revelam que a cultura nacional influencia o comportamento do consumidor. Entre

os australianos predomina o padrão cultural individualista, que se correlaciona com julgamento passo a passo, com maior importância para os atributos tangíveis do bem ou serviço; ou seja, rota indireta. Entre os brasileiros prevalece o padrão cultural coletivista, que se correlaciona com um julgamento afetivo e significado simbólico para com o bem ou serviço; isto é, rota direta. Vale ressaltar que os australianos são originários dos povos anglo-saxões, enquanto os brasileiros são latinos.

Nesse sentido, a atitude do consumidor é fundamental para explicar o comportamento deste, de acordo com a Teoria da Ação Racional ou Teoria da Ação Fundamentada de Fishbein e Ajzen (1975), que propõe a identificação sistemática da influência de crenças e valores sobre o comportamento do consumidor. Esta teoria tem como principal preditor a intenção do consumidor (figura 01). A intenção, por sua vez, pode ser avaliada por dois componentes: a atitude pessoal do indivíduo e a pressão social sofrida por este para agir de determinada maneira (norma subjetiva). A variável Atitude é formada pelo conjunto de crenças resultante do comportamento e da avaliação destes resultados como bons ou maus, ou seja, são avaliações, sentimentos e tendências de gostar ou desgostar de um objeto/idéia. A Norma Subjetiva é formada pela soma das crenças normativas, que é exercida por pressões de grupos de referência ou pessoas específicas, e a motivação pessoal em cumprir a norma imposta; a crença, por sua vez, é um pensamento descritivo que a pessoa tem em relação alguma, podem ser baseadas em um conhecimento, uma opinião ou uma fé verdadeira (FISHBEIN; AJZEN 1975 *apud* SHEPERD; SPARKS,1999).

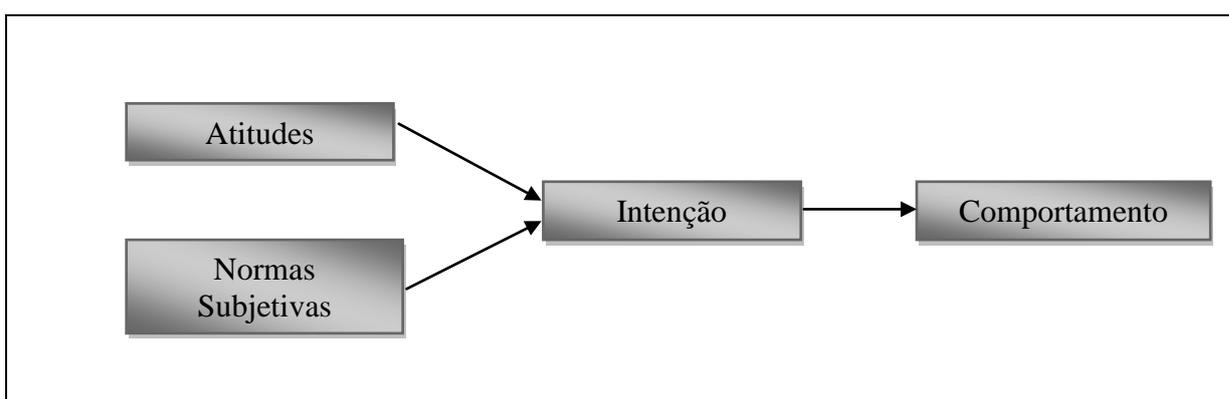


Figura 01 – Teoria da Ação Fundamentada.
Fonte: Sheperd e Sparks (1999).

Assim, para compreensão da influência da cultura sobre o comportamento do consumidor é necessário verificar a maneira como a realidade objetiva proposta pela cultura social é refletida pela consciência dos membros de uma determinada sociedade. Assim, o

presente estudo propõe uma discussão acerca do comportamento do consumidor de alimentos sendo moldado por características culturais.

2.1.1 Cultura, Alimento e Alimentação

As escolhas alimentares realizadas pelos consumidores, como colocado anteriormente, envolvem fatores que vão além das questões nutricionais e de saúde. O homem, apesar da condição de onívoro que a princípio poderia ingerir de tudo (produtos de origem animal, vegetal e mineral) limita a escolha dos alimentos ao sistema cultural, considerando os valores do grupo social de que faz parte e dos meios que seleciona os recursos naturais.

Jomori, Proença e Calvo (2008) identificaram, com base em uma ampla revisão bibliográfica, que as escolhas alimentares estão relacionadas a determinantes do consumidor (comedor) e do alimento. Com relação ao alimento, os autores salientam características como: aparência, tipo de preparação, sabor, variedade e valor nutricional. Quanto às variáveis relacionadas ao comedor, apresentam cinco grandes categorias: biológicos, sociais e culturais, antropológicos, econômicos e psicológicos.

Os autores destacam o papel das variáveis culturais, pois estas se relacionam com as demais variáveis do comedor. Nos determinantes culturais estão contidas questões relacionadas com: a) o convívio do indivíduo: família, amigos, relações de trabalho; b) os grupos dos quais gostaria de fazer parte: identificação com o grupo, “status”; e c) os grupos que o indivíduo não gostaria de estar associado: distinção.

No mundo todo, as práticas alimentares sofrem transformações impulsionadas pela globalização, pela padronização de consumo e pelo regime de abundância em que se encontra a indústria de alimento – produtos diversificados e disponíveis ao consumidor (MINTZ, 2001). Os sistemas agroalimentares transpuseram, em grande parte, barreiras geográficas e climáticas. Por meio do desenvolvimento tecnológico é possível dispor de alimentos sazonais em qualquer época do ano e desconectados de seu enraizamento geográfico (WILKINSON, 2002). Esse processo traz reações antagônicas. Por um lado, as cozinhas são enriquecidas ao aderirem produtos até então desconhecidos ou de difícil acesso. Por outro, com uma cozinha influenciando outra a perda da identidade torna-se inevitável, ocasionada pelo processo de mestiçagem (POULAIN, 2004).

Soma-se, também, como agente transformador das práticas alimentares o que Leonardo (2009) define como massificação alimentar. Para a autora a massificação alimentar

é decorrente da urbanização, na qual os consumidores aglomeram-se, na industrialização dos produtos alimentares, em seu marketing de oferta e na mídia imposta na implantação destes produtos. De fato, Mintz (2001) assegura que a cultura alimentar forma-se pelas raízes históricas de um povo, pelos hábitos cotidianos e pelos novos hábitos decorrentes do processo de homogeneização e massificação do consumo.

Assim, os hábitos e padrões alimentares sofrem transformações ao longo do tempo, seja como resultado da mudança da valorização social das atividades domésticas; ou pela urbanização – que desconecta o alimento do seu lugar de produção, e também, pelas implicações desta e da vida moderna; tanto pelo trabalho feminino fora dos lares quanto pela redefinição dos papéis sociais do sexo (POULAIN, 2004).

No entendimento de Poulain (2004), as práticas alimentares evoluem; como exemplo o autor cita uma pesquisa realizada na França a respeito da defasagem das normas sociais e das práticas alimentares, constatou que apenas 31,7% dos entrevistados realmente aplicam as normas sociais em suas práticas alimentares. Para os respondentes, em sua maioria, uma “boa refeição”, de acordo com modelo alimentar e as normas sociais francesas, é formada por uma entrada, prato principal, queijo e sobremesa. Contudo, esse padrão alimentar não é seguido por 68,3% dos respondentes, os quais se adaptam ou simplificam as práticas, como decorrência da mistura das normas sociais e do determinismo social imposto, principalmente, pela urbanização. Na modernidade alimentar, indica Poulain (2004), cresce a desestruturação, quanto: às instituições - como a refeição familiar, aos horários, à socialização e à ritualização da alimentação.

Maciel (2005) engloba as práticas e os hábitos alimentares no contexto da cozinha. As cozinhas, como se refere a autora, estão sujeitas a constantes transformações por se tratarem de referenciais identitários; e a identidade social, por sua vez, refere-se a um processo dinâmico que diz respeito ao coletivo, que vive em um ciclo de reconstrução. As cozinhas estão condicionadas aos fatores ecológico, histórico, cultural, social e econômico (MACIEL, 2005); como tais fatores não são estáticos – estão em processo de transformação – as cozinhas também mudam, adaptam-se, evoluem.

Corbeau (1997) *apud* por Poulain (2004) corrobora com a idéia de que as práticas alimentares evoluem. Corbeau (1997) entende que os indivíduos têm seu comportamento determinado, em parte, por suas origens sociais e esta conduta não depende do consentimento do comensal; é decorrente de situações como: hierarquias econômicas, sociais e relações de gênero; ao mesmo tempo, são capazes de adaptar, mudar, fazer evoluir suas práticas

alimentares por disporem de certo espaço de liberdade. Neste ponto, o comensal é o próprio agente de transformação. A partir das proposições de Triviños (1987), pode-se inferir, então, que os comensais são expostos à realidade objetiva, que é refletida pela consciência dos indivíduos em conformidade com as particularidades de cada um; e por meio da prática social a realidade objetiva pode ser transformada.

Se por um lado, no mercado contemporâneo os alimentos estão em processo de padronização e de homogeneização; por outro, os hábitos e costumes particulares de uma nação não se modificam ou desaparecem com facilidade ou de forma imediatista; a alimentação, as práticas e as tradições alimentares, muitas vezes, colocam-se como base de resistência cultural (POULAIN, 2004; BRAGA, 2004). Maciel (2005) acredita que nesses processos não ocorre apenas a perda de identidade, mas, indiretamente, também a recuperação de práticas alimentares tradicionais, como meio de afirmação da identidade do grupo social. Ou seja, em meio ao desenvolvimento da industrialização alimentar e da perda da identidade ocorre a supervalorização da tradição popular, dos “sabores da terra”, dos ingredientes locais e regionais, dos produtos “autênticos” originados de uma localidade específica, neste sentido as tradições gastronômicas passam a ser vista como patrimônio a ser preservado. Para Leonardo (2009) a quebra de um hábito, algo difícil de ocorrer, poderia dar-se com o aumento do número de informações disponíveis ao indivíduo na tomada de decisão de compra e uso dos produtos alimentícios.

O debate sobre alimentação, ressalte-se mais uma vez, não deve estar restrito às questões físicas e nutricionais do alimento; é preciso levar em conta a organização da sociedade, os modelos alimentares e o contexto em que alimentação se dá. De uma maneira ampla, essa discussão, abrange o comedor, o alimento e a situação (JOMORI; PROENÇA; CALVO, 2008; POULAIN, 2004; GAINS, 1994). Por isso, as lojas rede McDonald's, símbolo de homogeneização alimentar, de acordo com Poulain (2004), não são exatamente iguais em todos os países; isso se deve ao fato de que para ser aceito por um povo, os alimentos servidos devem estar de acordo com a sua cultura.

A alimentação faz parte de um conjunto simbólico, pois nenhum alimento está livre de associações culturais que a sociedade lhes atribui (BRAGA, 2004), pois as necessidades alimentares são decorrentes também dos hábitos, da imaginação, do meio, das crenças, do bom gosto dos alimentos e tantas outras disposições mentais (HALBWACHS, 1912/1970 *apud* POULAIN, 2004). Assim, comer não é apenas ingerir alimentos; é, antes, um ato social

que traz convívio, diferenças e expressa o mundo da necessidade, da liberdade e da dominação (FISCHLER, 1988).

Para Paul-Lévy (1997) *apud* Poulain (2004), algumas dimensões alimentares, tais como as maneiras à mesa, as proibições e as obrigações alimentares devem ser vistos como fato social. Consoante ao conceito apresentado por Durkheim (1894/2007), fato social consiste nas maneiras de agir, pensar e sentir externos ao indivíduo cujo poder de coerção impõe-se a este.

As características fisiológicas do ser humano exigem para a sobrevivência a ingestão de nutrientes. No entanto, a necessidade do alimento – “o comer para viver” – mistura-se às maneiras particulares da cultura de cada grupo social, ou seja, cada grupo em conformidade com seu espaço social alimentar encontra uma “maneira de viver” (MACIEL, 2005, p. 49), um meio culturalmente identificado de utilizar o alimento para suprir as necessidades fisiológicas.

Por mais que o comer seja uma atividade biológica aparentemente simples e elementar, ela está impregnada por normas, proibições, valores, ritos, mitos (MORIN, 1973 *apud* POULAIN, 2004). É provável que tal complexidade nos aspectos ligados à alimentação e à construção de um modelo alimentar seja decorrente da maneira pela qual o consumo alimentar ocorre: o alimento é interiorizado pelo indivíduo no momento da ingestão (POULAIN, 2004). Para alguns autores, como Poulain (2004), DaMatta (1994) e Fischler (1990), o alimento torna-se, por certo tempo, parte do indivíduo, podendo lhe provocar transformações.

O alimento, de certa maneira, torna-se o próprio indivíduo no momento em que é incorporado (POULAIN, 2004). Ou seja, o alimento entra no corpo do comedor e, dessa forma, participa da manutenção física, atende à necessidade básica possibilitando o funcionamento do organismo. E, também, faz parte da construção de sua identidade – o comedor prefere ingerir as memórias que o alimento lhe traz, que o diferencia, de certo modo, dos membros do grupo social do qual faz parte. A citação a seguir reforça o papel do alimento na construção da identidade do comedor: “Se não sabemos o que comemos, não sabemos o que iremos nos tornar, nem tão pouco o que somos [...]” (FISCHLER, 1990 *apud* POULAIN, 2004, p.198). Assim como o alimento pode mostrar quem é o comensal ou quem pode se tornar na concepção de Fischler (1990), para DaMatta (1994) o jeito de comer define não apenas o que é ingerido, mas, também, aquele que o ingere, ou seja, a cultura alimentar molda mais que alimentos, pode também identificar as pessoas que os comem.

Dizer que o comedor é o que come, se torna o que come, que as maneiras de realizar a alimentação transformam o comedor, em parte pode ser explicada por um processo adaptativo do organismo humano na realização de suas funções biológicas ao meio social, às práticas alimentares, ao espaço social alimentar de certa cultura. É conhecimento de senso comum o fato de o organismo humano não ter uma mecânica digestiva adequada para a digestão de leite, que não o materno. No entanto, é comum em muitas culturas a ingestão do leite de outros animais ao longo de toda a vida do comedor humano. O organismo deste adaptou-se a este processo. Poulain e Proença (2004, p. 9) ressaltam que “[...] o corpo do comensal e os ritmos da mecânica biológica são formatados pelos ritmos sociais [...]”.

A maneira como a alimentação ocorre diferencia os povos, a forma de cozimento dos alimentos, quantas refeições são realizadas, quem as prepara, a utilização ou não de talheres, os pratos servidos conjuntamente ou individuais, a hora em que as tomadas alimentares ocorrem, em companhia ou solitária e a socialização dos comensais informam muito sobre a cultura dos povos (POULAIN; PROENÇA, 2004; DAMATTA, 1994). Como sintetiza Lowie (1936) *apud* por Poulain (2004, p. 191): “[...] a hora e a natureza das refeições diferem consideravelmente segundo as nações civilizadas [...]”. Para Poulain (2004) é através da alimentação que os vínculos sociais são tecidos e mantidos; por meio dela percebe-se a identificação e a diferenciação social; é à mesa que as aprendizagens sociais mais fundamentais são transmitidas.

Neste contexto, a refeição familiar aparece como uma instituição central na sociedade. E através dela que crenças e costumes são transmitidos de uma geração a outra; as crianças interiorizam as regras e valores da propriedade, do respeito aos outros, da partilha (SPANHOL, 2008; POULAIN, 2004). A alimentação está no centro da socialização primária, e por meio dela ocorre o primeiro aprendizado social do ser humano; o bebê desde os primeiros contatos com a mãe começa a ser enquadrado em certos ritmos sociais. Após o desmame, o aprendizado alimentar desenvolve o gosto, de acordo com os ritos culturais da sociedade da qual faz parte (POULAIN; PROENÇA, 2004).

Até mesmo como os membros da sociedade se portam durante a refeição, ou seja, as maneiras à mesa fazem parte da história e da identidade de um grupo social (POULAIN, 2004), pois as maneiras à mesa expressam os valores centrais da cultura e são interiorizadas pelo comensal ao comer; este processo é tão natural no meio social que o comedor, muitas vezes, não tem consciência disto (POULAIN; PROENÇA, 2004).

Os norte-americanos, por exemplo, são conhecidos pelas refeições solitárias e feitas com as mãos; os franceses pela seqüência em que a refeição, geralmente, se dá – entrada, prato principal, queijo e sobremesa, além do pão e vinho; e os espanhóis destacam-se pelo horário em que realizam o almoço, por volta das 14-15 horas.

Como apresentado até agora a alimentação se faz dentro de um contexto social no qual a família tem papel fundamental. A mulher tem um papel central na construção da identidade alimentar, pois é vista como provedora de alimentos da família, desde a amamentação; é ela quem determina a entrada dos alimentos na casa para consumo posterior (SPANHOL, 2008; ROSSI, 1958 *apud* BRAGA, 2004). Para o alimento ser consumido é preciso que este chegue até o indivíduo, Lewin (1959) *apud* Poulain (2004) propõe esta como uma função desempenhada pela mulher, ou seja, ela possibilitaria ou não a chegada dos alimentos até os outros membros da família.

Estudo empírico conduzido por Spanhol (2008), em Campo Grande-MS, corrobora reflexões de Poulain (2004) e Rossi (1958 *apud* BRAGA, 2004), a respeito da importância da cultura na refeição familiar e do papel da mulher neste contexto. O estudo de Spanhol, que teve como objetivo captar os sentidos sociais dados pelas mães na escolha dos alimentos é baseado em Bloch e Bousson (1998), que discutem a escolha da educação dos filhos pequenos com base nas relações intergeracionais. A transmissão intergeracional refere-se à herança material e simbólica passadas de geração em geração. A pesquisa de Spanhol verificou como as práticas alimentares são produzidas na configuração familiar. Os resultados apontam alguns motivos que influenciam a escolha alimentar feita pelas mães, tais como: gosto/preferência/vontade (incluindo lembranças da infância), saúde, preço e produto com selo de inspeção sanitária. Segundo Spanhol, apesar de os hábitos do indivíduo apresentar mudanças ao longo do tempo, a aprendizagem em relação à alimentação inicia-se desde cedo; na família, as mulheres são as principais responsáveis pelo cuidado e educação quanto à alimentação dos filhos. O estudo da autora conclui que no processo de escolha dos alimentos existe uma herança simbólica recebida dos pais, principalmente da mãe, que influencia as atuais escolhas do indivíduo.

Para Poulain (2004) a transmissão intergeracional na alimentação reflete questões vitais e simbólicas. Aprende-se com a família, principalmente, com os pais. Os costumes, as normas, são transmitidos, ensinadas de forma natural por meio das práticas cotidianas iniciadas tão logo as crianças ingerem outros alimentos que não o leite materno. Aprende-se o que é bom, gostoso, saudável, comestível; e, ainda, nesta aprendizagem muitas memórias

simbólicas podem ser adquiridas, como lembranças infantis de pratos saborosos servidos pelas vovós.

Assim, é relevante discutir o que se mantém singular no consumo de alimentos, identificar o que a cultura é capaz de preservar mesmo diante das novas determinações que os dias atuais impõem ao indivíduo: mais facilidade e menos tempo disponível para as práticas alimentares.

2.1.2 Aspectos Simbólicos da Alimentação

A discussão sobre os aspectos simbólicos da alimentação evoca, essencialmente, conhecimentos da antropologia - ciência que estuda o homem, seus costumes, hábitos, valores e os aspectos físicos dos povos (BRAGA, 2004) -, e da sociologia - ciência que busca explicar a vida social humana, com fins de explicar o consumo alimentar dos diferentes grupos sociais (WEISZFLOG, 2007). Para tanto, Poulain (2004) propõe uma socioantropologia que tem por objeto a maneira como as sociedades e culturas organizam questões biológicas e fisiológicas na formação de um modelo alimentar.

Os modelos alimentares apresentam-se distintos de sociedade para sociedade, de um país para outro, de uma cultura para outra, porque a construção do modelo envolve questões físicas, biológicas e, principalmente, culturais. Como ponto de partida, pode-se afirmar que as normas direcionam o comportamento dos membros de um grupo social, conduzindo-os às práticas socialmente valorizadas. Durkheim (1894/2000) descreve normas como regras, como modelos de conduta, amplamente seguidos por determinada sociedade.

Num recorte alimentar, salientam Poulain e Proença (2004), as normas desdobram-se em norma social e norma dietética sendo que ambas influenciam-se mutuamente. A primeira trata-se da convenção adotada pelo grupo social em relação à estrutura, condições e contexto da tomada alimentar. A segunda refere-se ao conjunto de orientações de profissionais de saúde sustentadas por conhecimento científico-nutricional. Mesmo entendendo que a norma social e a norma dietética se influenciam, manter-se-á o foco sobre a norma social dada a relevância da cultura na formação dos diferentes modelos alimentares, segundo Poulain e Proença (2004).

Para melhor compreensão deste assunto é indispensável o entendimento de espaço social. Bourdieu (1996) acredita que o espaço social é um local de diferenciação, tomando como princípio a noção de espaço – um conjunto de posições diferentes que coexistem, sendo

definidas umas em relação às outras; assim, o espaço social refere-se à maneira pela qual os membros ou os grupos estão distribuídos em conformidade com os dois princípios de diferenciação: o capital econômico e o capital cultural.

Dessa idéia de espaço social, o autor propõe classes de posições; de acordo com os capitais: econômico e cultural, o agente ocupa determinada posição na sociedade, que o leva a separações diferenciais nas práticas e na posse de bens. Essa classe de diferenciação refere-se ao *habitus*, que “[...] são princípios geradores de práticas distintas e distintivas” (BOURDIEU, 1996, p. 22). Para o autor, as opiniões, os bens, as práticas não ocorrem de maneira semelhante para todos os membros de uma sociedade, os recursos financeiros e intelectuais de cada indivíduo o tornam diferente dos outros. Mas não apenas isto, além de da diferença evidenciada pelo capital (econômico e cultural), as práticas podem ser distintas de um indivíduo para o outro, ou de uma classe social em relação à outra, pois além de estabelecer diferenças, em cada sociedade, existem categorias de percepção, esquemas classificatórios que definem o que é bom ou não, o distinto e vulgar, o almejado e o rejeitado. Nas palavras do autor:

[...] o que o operário come e, sobretudo a sua maneira de comer, o esporte que pratica e a sua maneira de praticá-lo, suas opiniões políticas e sua maneira de expressá-las diferem sistematicamente do consumo ou das atividades correspondentes ao empresário industrial; mas são também esquemas classificatórios, princípios de classificação, princípios de visão e de divisão e gostos diferentes (BOURDIEU, 1996, p. 22).

Ou seja, práticas distintas tratam de diferenças, de coisas que não são iguais, e práticas distintivas referem-se às diferenças analisadas por um sistema de classificação, quem tem mais ou menos, é mais refinado, mais educado, etc. Assim, de acordo com o capital que possui, um indivíduo enquadra-se em um grupo social que tem, geralmente, hábitos e práticas semelhantes entre si – intragrupo – e distinto dos outros grupos – intergrupos (BOURDIEU, 1996).

Em outra perspectiva, o espaço social, de acordo com o conceito apresentado por Condominas (1980) *apud* Poulain (2004), representa o espaço a) físico, do sistema de relações do homem e da sociedade e b) do conjunto de representações simbólicas decorrentes destes. Ainda de acordo com o autor, na formação do espaço social alimentar são relevantes: a) fatores geográficos, o clima ou os recursos do biótopo; b) fatores tecnológicos, como os meios de produção; e c) fatores fisiológicos, como o funcionamento da mecânica digestiva.

Posto isso, diz-se que o homem está exposto ao duplo espaço de liberdade, liberdade que sugere o que é bom, gostoso, comestível e aceitável ao comensal (POULAIN, 2004). O

primeiro espaço refere-se ao homem quanto à sua capacidade digestiva, às necessidades nutricionais e à alimentação onívora; neste espaço a liberdade da escolha dos alimentos é fortemente influenciada pela cultura. O segundo espaço de liberdade trata da maneira como a cultura molda os meios de utilização do ambiente, da capacidade produtiva. Desse modo, em uma cultura a base da alimentação é a batata, enquanto em outra o arroz é o alimento central. Os fatores do ambiente até podem ser determinantes, mas o principal motivo para tornar um produto em alimento é a cultura (POULAIN, 2004); pois há territórios que desfrutam da mesma condição ambiental, porém constroem modelos alimentares distintos (POULAIN; PROENÇA, 2004).

Poulain e Proença (2004, p. 7) sintetizam o conceito de espaço social alimentar: “[...] corresponde à zona de liberdade dada aos comedores humanos pela dupla série de condicionantes materiais [...]”. A dupla série de condicionantes materiais refere-se aos limitantes fisiológicos e biológicos do comedor e aos limitantes ecológicos, como se apresenta na figura 2.

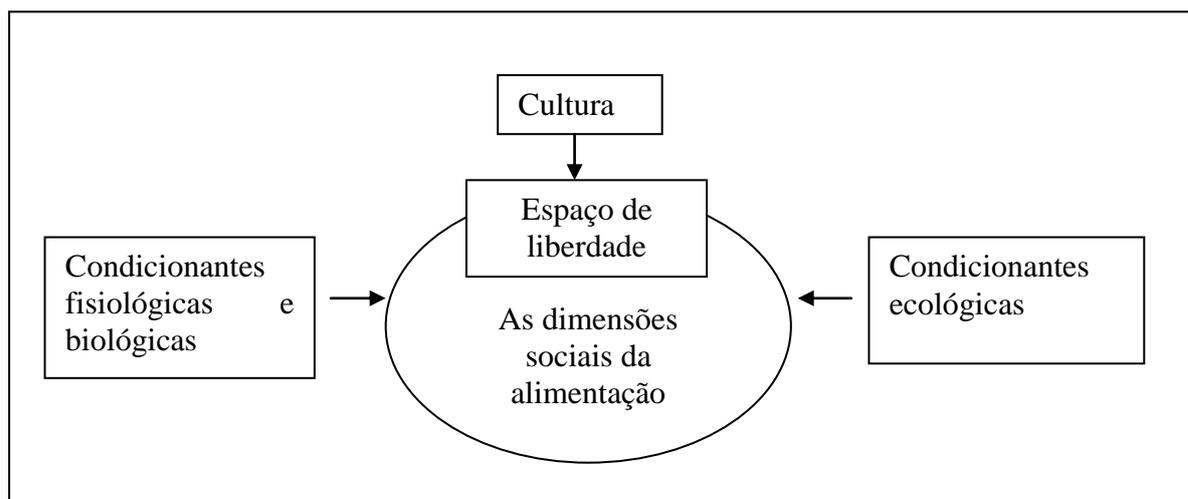


Figura 2 – O espaço social alimentar.
Fonte: adaptado de Poulain e Proença (2004, p. 7).

Assim, percebe-se por que os modelos alimentares diferem. Apesar de as características biológicas do ser humano ser basicamente as mesmas em diferentes lugares a cultura não o é; também a capacidade de produção e os fatores climáticos podem ser diferentes em cada território, o que molda de certa maneira os produtos produzidos. Essa soma de fatores determina o que é aceitável por uma sociedade e proibida em outra.

Neste contexto destacam-se situações, proibição, consentimento, possibilidades para tornar um produto em alimento, tendo em vista que o homem consome e incorpora apenas

produtos simbolicamente identificados e valorizados pela cultura da qual faz parte. A partir das qualidades simbólicas dos alimentos, surge no interior da sociedade sistemas de classificação que norteiam a ordem do comestível, a modalidade do abate animal, a preparação, consumo e toda a diversidade das maneiras à mesa de um povo (DANIEL; CRAVO, 2005; POULAIN, 2004; DAMATTA, 1984).

Os símbolos são “[...] conjuntos de significações estruturadas e organizadas em sistemas de representações [...]”; geralmente os símbolos ou as representações simbólicas não são perceptíveis aos membros da sociedade, conforme apresenta Poulain e Proença (2003, p. 368). Maciel (2005) salienta o papel da comida como marcador identitário utilizado pelo grupo social. Em muitas culturas fala-se em pratos e cozinhas emblemáticas, no sentido de representatividade, de identificação simbólica de um povo ou grupo social. Um país pode ser identificado por sua cozinha, de uma forma ampla; mas, também, pode ser diferenciado pela cozinha de cada região deste (MACIEL, 2005).

Da mesma maneira como a idéia de espaço social se desenvolve por meio da diferenciação, quando a posição de um grupo ou de um indivíduo se define em relação aos outros, o mesmo ocorre com a identidade social. Por isso, mais do que as características próprias de um povo utilizadas para identificá-lo, é necessário analisá-las em relação às características de outros povos. Nesse sentido, a identidade de um povo só é notada, possivelmente, quando analisada em relação à identidade de outro povo.

Para DaMatta (1984), a identidade social é construída a partir de afirmativas e negativas diante de certas questões que tornam uma sociedade diferente de outra, e a alimentação é uma destas questões. As maneiras à mesa e as práticas alimentares podem mostrar o quanto uma sociedade se distingue de outras. Ou até mesmo, como ressalta o autor, as diferenças podem ser percebidas pela distinção entre comida e alimento. O alimento é o que é ingerido para sobrevivência, enquanto a comida “[...] é tudo que se come com prazer de acordo com as regras mais sagradas de comunhão e comensalidade [...]” (DAMATTA, 1984, p. 53). No caso do modelo alimentar brasileiro, ainda citando DaMatta (1984), pode-se mencionar o fato de uma comida relacional, que mistura o arroz e o feijão, expressar uma sociedade relacional marcada pela ligação seja à mesa seja na interação entre seus membros.

A alimentação tem o poder de socializar os indivíduos. Durkheim (1894/2007) afirma que mesmo quando as pessoas não possuem vínculo consanguíneo a alimentação aproxima. A reunião ao redor da mesa, as celebrações em torno dos alimentos, o fato de

compartilhar, de ter uma refeição em comum, pode estabelecer entre os comensais parentescos simbólicos como os de origem.

Dessa forma, o simbolismo na alimentação expressa, muitas vezes, a vinculação do grupo social e das identidades sociais, outras vezes destaca as diferenças sociais (BRAGA, 2004; POULAIN; PROENÇA, 2003).

A representatividade dos alimentos destaca-se, por exemplo, como um efeito aglutinador da população brasileira, tanto em classes sociais abastadas quanto nas classes econômicas mais baixas, ao fazer menção da feijoada, prato que se tornou símbolo do País; é o alimento que não deve deixar de ser apresentado aos turistas estrangeiros. Mesmo quando não apreciam, os brasileiros entendem a importância deste prato como sendo capaz de identificar o povo brasileiro. Agora por um olhar que dissocia, que faz divergir as práticas alimentares, ressaltando as diferenças sociais, pode-se citar o consumo de alimentos *diet* e *light* (SOUSA, 2006) como resultado de orientação médica ou como meio de manutenção da forma física. Esta última destaca-se pela alimentação ser símbolo de diferenciação social, na busca de um corpo magro.

O estudo de Lucchese-Cheung e Batalha (2010), sobre as práticas alimentares de brasileiros urbanos, constatou que membros de um mesmo grupo social podem apresentar comportamento de consumo diferenciado, em virtude das práticas e das restrições alimentares serem distintas. Como exemplo, os autores citam o caso de dois grupos: “Gastrônômicos” e “Adeptos da alimentação fora do domicílio”; ambos fazem parte de um mesmo grupo social, os abastados, no entanto possuem práticas extremamente diferentes em relação ao tempo consagrado às refeições e às características da alimentação decorrente deste fator, como a socialização da alimentação, local da tomada alimentar e espaço onde esta ocorre. Assim, não só os alimentos ingeridos identificam ou diferencia os indivíduos, mas, também, as práticas alimentares fazem este papel, até mesmo dentro de um mesmo grupo social.

Pelo que foi discutido até o momento, é possível afirmar que nem todo produto comestível pode ser incorporado, ou seja, pode ser considerado alimento, de acordo com o espaço social alimentar de cada sociedade. Alimento, conforme uma definição simplista utilitarista, é o que nutre, o que dá sustento, o que mantém (AMORA, 1997). Contudo, tão importante quanto estas características é a aceitação de cada produto como alimento pelo comensal e pela sociedade da qual faz parte.

Assim, em algumas culturas determinados vegetais e animais são considerados alimentos e simbolicamente aceitos, enquanto em outras não o são; algumas vezes ocorre

mais do que a proibição: os comensais sentem horror ao alimento. É o que ocorre, por exemplo, com o consumo de alguns animais; em virtude da proximidade que têm com o homem, são geralmente animais domésticos ou familiares; nota-se o fato mais especificamente em relação ao cão.

Em determinadas sociedades é comum o consumo de carne de cão, como na China. Porém, no Ocidente ingerir a carne de cão trata-se de uma barbárie, um ato de canibalismo (POULAIN, 2004). O cão é, no Ocidente, um animal de companhia, recebe um nome de seu dono, é criado muitas vezes no interior das residências, como um membro da família. Dentro desses padrões, quem teria coragem de comer um membro da família? Poulain (2004) retribui essa repugnância, isto é, horror ao consumo da carne de cão pela proximidade que o animal tem dos seres humanos – animais familiares. O autor sinaliza, também, a dificuldade do abate de porcos, animais domésticos, para os camponeses franceses, que, freqüentemente, os batizam com nome humano.

Nesta mesma linha de pensamento pode-se citar o caso da modalidade de abate que é fortemente ritualizada em sociedades tradicionais. Tais práticas que se inscrevem no território do religioso e do espiritual, tornam determinado animal próprio para o consumo (CONDOMINAS, 1980 *apud* POULAIN, 2004). Na religião judaica, por exemplo, há a proibição do consumo de carne sufocada, há ritualização do abate em conformidade com os preceitos desta religião, dentre os quais o animal deve ser degolado e todo o sangue deve escorrer da carne, torna este alimento socialmente aceito.

As proibições alimentares que ocorrem dentro de uma cultura, segundo Harris (1977) *apud* Poulain (2004), também podem ser explicadas por lógicas adaptativas. Para ele muitas arbitrariedades e irracionalidades das culturas ocultam questões racionais, ou seja, os próprios fatores ambientais são limitantes do consumo de determinados alimentos. Como exemplifica Harris (1977), as razões da proibição do consumo da carne de porco na cultura judaica deveriam ser analisadas por uma perspectiva ecológica e sanitária e não no simbolismo religioso.

Portanto, tanto as necessidades ambientais e climáticas quanto as exigências biológicas do indivíduo estão submetidas à simbologia cultural classificatória dos alimentos dentro de uma sociedade. Os hábitos e práticas alimentares são, normalmente, tão culturalmente enraizados que aparentam aos membros de um grupo que suas práticas são as corretas, se comparada às demais. São ensinadas, transmitidas pelos grupos sociais seja por meios permissivos e naturais seja por meios normativos e coercitivos.

2.2 CULTURA RELIGIOSA

A conduta religiosa de um indivíduo pode trazer diversas influências à sua alimentação, de uma maneira geral: ao tipo de alimento consumido, aos alimentos permitidos e aos proibidos, às restrições alimentares, aos jejuns, aos alimentos simbólicos que materializam as crenças. Nos ritos religiosos o alimento tem um relevante papel simbólico, ou seja, aparece como a materialização do corpo de Cristo, o Pão Vivo que desceu do céu, a oferenda a divindades e aos mortos, o sacrifício de adoração e tantos outros simbolismos consoantes às práticas de cada religião.

As pessoas são moldadas pela fé que professam, mesmo que seja pelo determinismo social; o ser humano gosta de se parecer com os outros membros do grupo a que pertence (BOURDIEU, 1979). Por isso, a simbologia dos alimentos não fica restrita aos templos, acaba por influenciar, também, as maneiras à mesa dos seguidores das religiões. Assim, este estudo objetiva desvelar as práticas religiosas de Católicos e Protestantes, ou seja, verificar o que a fé religiosa influencia na vida cotidiana dos fiéis em relação à alimentação.

Difícilmente as pesquisas abrangem todo o escopo emotivo envolvido na escolha e uso dos produtos. No âmbito da CCT os estudos caminham no sentido de que o consumidor molda sentimentos sociais de solidariedade e cria distinção, fragmentação, auto-seleção e, algumas vezes, transita pelo mundo cultural por meio da busca de interesses comuns de consumo, como na caracterização da subcultura ou microcultura (ARNOULD; THOMPSON, 2005). No caso da presente pesquisa, ressalta-se o papel dos grupos religiosos formados na sociedade brasileira.

A religião é objeto de estudo há milênios. Com a revolução industrial e, conseqüentemente, com o surgimento do capitalismo, o conceito e a influência da religião no estado e na sociedade sofreram profundas mudanças. Dois pensadores mais recentes, Émile Durkheim (1858-1917) e Max Weber (1864-1920), são referências na discussão da religião no pós-revolução industrial.

Desta forma, propõem-se algumas idéias de Durkheim (1912/2000) pertinentes ao assunto. Para o autor comportamentos sociais externos ao indivíduo o influenciam de forma coercitiva, a religião e seus dogmas são apresentados por Durkheim (1912/2000) como um dos meios sociais no qual o comportamento coletivo é influenciador da conduta pessoal dos indivíduos. A Max Weber (1905/1987) dedica-se um tópico exclusivo dada a importância das proposições feitas por ele para o desenvolvimento da presente pesquisa.

Maximilian Karl Emil Weber, mais conhecido como Max Weber, nasceu em 21 de abril de 1864, na cidade de Erfurt, na Alemanha. A educação que o autor recebeu de seu pai, Sr. Max Weber, público e político liberal, e de sua mãe, Helene Fallenstein, uma calvinista moderada, foi determinante para sua formação intelectual, primeiro porque foi estimulado intelectualmente desde criança juntamente com seus seis irmãos. Em 1882, ingressou na faculdade de Direito, em seguida no doutorado em Direito. Casou-se Marianne Schnitger, uma influente feminista e estudiosa. Atuou como acadêmico e depois como diretor-associado dos Arquivos de Ciências Sociais e Política Social, mais tarde dedicou-se integralmente aos estudos científicos, que foram da economia para o direito, da filosofia para história comparativa e, então, para sociologia na qual enfocou, principalmente, o aspecto teórico histórico-sociológicos da civilização ocidental. O autor é considerado um dos fundadores da sociologia e do estudo moderno da sociologia, destacou-se também na sociedade alemã como jurista, economista e influente consultor político atuando em situações como no Tratado de Versalhes e na Constituição de Weimar. A importância de suas idéias excede o campo da sociologia, alcançando áreas de conhecimento como economia, na filosofia, no direito, na ciência política e na administração. Faleceu aos 56 anos em Munique, no 14 de junho de 1920. Entre as principais obras do autor estão: "A ética protestante e o espírito do capitalismo", "A política como vocação", "Economia e sociedade", "Ciência e política: duas vocações" (WIKIPÉDIA/MAX WEBER, 2012).

Émile Durkheim nasceu no dia 15 de abril de 1858, em Épinal, na França. Ingressou no ensino superior em 1879, sendo influenciado pelas obras de August Comte e Herbert Spencer. Apesar da descendência judia, Durkheim optou por uma vida bastante secular¹, o que não o afastou da sua comunidade de origem. Em decorrência disso, surpreende o fato de o autor tratar de fenômenos religiosos a partir de fatores sociais e não divinos. O autor é fundador da escola francesa de sociologia, além de ser considerado um dos pais da sociologia moderna. Destacou-se por idéias como Fato Social², Consciência Coletiva³ e Anomia⁴. Aos 59 anos Émile Durkheim falece em Paris no dia 15 de novembro de 1917. As principais obras

¹Secular – profano, mundano; que não pertence a ordens religiosas (AMORA, 1997).

²Fato social – ver conceito proposto por Durkheim na página 20.

³ Consciência Coletiva – estado de consciência comum a maioria dos membros sociedade (DURKHEIM, 1894/2007).

⁴ Anomia – estado no qual há ausência de solidariedade no grupo, ou seja, os membros do grupo não aderem à moral, as regras, as normas (DURKHEIM, 1894/2007).

do autor são: “Da divisão do trabalho social”, “As regras do método sociológico”, “O suicídio”, “Formas elementares da vida religiosa”, “Educação e sociologia” e “Sociologia e filosofia” (WIKIPÉDIA/ÉMILE DURKHEIM, 2011).

No cerne dos debates mais recentes acerca de religião está Durkheim (1912/2000), com a obra “As forma elementares da vida religiosa”. O autor propõe a discussão sobre o tema partindo das religiões simples e primitivas, não porque estas sejam maiores, menores, melhores ou piores que as demais; mas, porque quanto mais complexa se torna a religião mais distante se encontra de sua origem, dificultando, assim, o entendimento dos caracteres que definem a existência da religião de uma maneira geral. De acordo com Durkheim, as religiões não podem ser hierarquizadas e nenhuma pode ser considerada falsa, contudo são comparáveis e possuem elementos essenciais que são comuns a todas:

Na base de todos os sistemas de crenças e de todos os cultos, deve necessariamente haver um certo número de representações fundamentais e de atitudes rituais que, apesar da diversidade de formas que tanto umas *como* outras puderam revestir, têm sempre a mesma significação objetiva e desempenham por toda parte as mesmas funções. São esses elementos permanentes que constituem o que há de eterno e de humano na religião; eles são o conteúdo objetivo da idéia que se exprime quando se fala da religião em geral (DURKHEIM, 1912/2000, p. 3).

Para o autor a religião é eminentemente social e, por conta desta característica, seriam decorrentes da religião a ciência e a filosofia, além de noções essenciais, como: tempo, espaço, gênero, número, causa, substância e personalidade.

Segundo Durkheim, a religião é um todo formado por partes; sendo assim, para definir o todo é necessário entender as partes elementares que o formam. Por isso, o autor afirma que alguns conceitos de fenômenos elementares são essenciais à definição de religião, tais como: rito, crenças, profano, sagrado, igreja.

As crenças e os ritos estão relacionados, sendo que as primeiras referem-se a opiniões e os segundos dizem respeito aos meios de ação. A maneira de pensar (crenças) determina como os fiéis irão se comportar, agir (ritos). As crenças são consolidadas por meio de um sistema no qual o homem classifica coisas, reais ou idéias, em profanas ou sagradas. Por sua vez, sagrado e profano tratam de categorias radicalmente opostas, diferenciadas, mundos entre os quais nada de comum existe, não se permeiam; contudo, só podem ser definidos um em relação ao outro (DURKHEIM, 1912/2000). Para Durkheim a definição desses termos é totalmente heterogênea, em decorrência das multivariadas formas com que cada religião concebe tais conceitos. Neste sentido, em uma definição aplicável a todas as

doutrinas religiosas, Durkheim descreve como sagradas as coisas que as proibições protegem e isolam, enquanto profanas refere-se as quais se aplicam essas proibições e que devem permanecer à distância das sagradas.

E, por fim, Durkheim (1912/2000) propõe que igreja é formada por uma sociedade cujos membros compartilham das mesmas crenças e ritos, pelos quais os indivíduos sentem-se ligados a uma fé em comum, e por representarem da mesma maneira o mundo sagrado. Assim, no desenvolvimento de seu estudo, Durkheim propõe a seguinte definição: “[...] uma religião é um sistema solidário de crenças e de práticas relativas a coisas sagradas, isto é, separadas, proibidas, crenças e práticas que reúnem numa mesma comunidade moral, chamada igreja, todos aqueles que a elas aderem.” (p.32).

Para que esse conceito fosse proposto, Durkheim fez a seguinte ressalva: uma definição acerca de religião só pode ser dada ao considerar características que estejam presente em todas as religiões; por isso, o autor exclui de um conceito geral as definições que se façam de religião em relação ao sobrenatural e às divindades. Durkheim afirma, ainda, que as religiões não se dispõem a explicar o que ocorre de anormal ou extravagante, de acontecimentos inesperados ou impossíveis; pelo contrário, buscam dar conta das coisas naturais, regulares e constantes. Sobre divindades, essa característica deve ser excluída de uma definição geral por não ser comum a todas as religiões, salienta Durkheim; por exemplo, na essência do Budismo não há um deus a quem sejam dirigidas preces, há apenas o indivíduo que medita, que se concentra em si mesmo; a sua determinação em seguir os ensinamentos é que pode o levar a um estilo de vida melhor, de acordo com essa religião. O autor afirma, também, que mesmo nas religiões deístas existem ritos que não apresentam relação com a idéia de deus (DURKHEIM, 1912/2000).

Gregório (1999), ao expor o papel da religião na sociedade, corrobora com a idéia durkheniana a respeito da religião não se referir a algo sobrenatural; para ele, a religião tem o papel de explicar conteúdos existenciais do ser humano, tais como: a origem humana, sua função na terra e aspectos da vida após a morte; ou seja, assuntos que tratam do comum, do habitual e não de acontecimentos impossíveis. Por outro lado, em relação à idéia do sobrenatural e de um ser maior, Cerqueira-Santos, Koller e Pereira (2004) apresentam o conceito de religião proposto por Gaader (2000), em que a religião significa a relação entre o homem e o poder sobre-humano, no qual o homem acredita ou do qual ele se sente dependente; pode expressar-se por meio de emoções especiais (confiança, medo), conceitos (crenças) e ações (culto e ética). Gaader (2000) considera a religião como a convicção de que

existem poderes transcendentos, pessoais ou impessoais, que atuam no mundo e se expressam por *insights*, pensamento, sentimento, intenção e ação.

Nesse sentido, Mochis e Sim Ong (2011) conduziram um estudo com o objetivo avaliar os possíveis efeitos da religião sobre mudanças de comportamento de compra de consumidores idosos na Malásia. A revisão feita pelos autores mostra que, apesar de identificados os efeitos da religião sobre o comportamento das pessoas, pouco se conhece a respeito das reações ou processos que ligam a religião aos estados emocionais, físicos e do comportamento dos indivíduos. Segundo eles, pesquisas empíricas prévias apontaram que pessoas mais religiosas são mais felizes.

O foco dado aos consumidores da melhor idade é decorrente do entendimento dos autores de que os idosos tendem a ser mais religiosos e, também porque Mochis e Sim Ong (2011) acreditam que certos tipos de comportamentos relacionados à religião são decorrentes da idade do consumidor. A amostra de 645 pessoas abrangeu malaios, chineses e indianos seguidores das doutrinas religiosas Islâmica, Budista e Hindu, respectivamente. O estudo apresentou duas hipóteses: a) quando comparadas com pessoas menos religiosas, as mais religiosas provavelmente são mais satisfeitas com suas vidas, têm auto-estima mais elevada e têm saúde melhor; e b) há uma relação inversa entre a religiosidade e mudanças de preferência quanto à marca e loja. Os resultados revelam que há correlação entre religiosidade e as três variáveis de bem-estar (hipótese1). Tendo em vista que a religião e o grau de religiosidade estão intimamente ligados à etnia, os autores controlaram os efeitos da influência étnica utilizando variáveis que representasse os respondentes em cada um dos grupos étnicos – malaios, chineses e indianos. Desta forma, a religiosidade tem correlação significativa apenas com auto-estima nas três subculturas étnicas. Para os malaios há correlação significativa com as outras variáveis: satisfação de vida e saúde. Ou seja, entre chineses e indianos, as pessoas mais religiosas não são necessariamente mais saudáveis e satisfeitas com suas vidas.

Quanto às variáveis que avaliam o comportamento do consumidor (hipótese2) verificou-se não haver correlação entre elas – mudança de preferência de marca e loja e religião. Portanto, não foi possível validar a hipótese de que os consumidores idosos mais religiosos são resistentes à mudança de preferência de marca e loja. Por outro lado, o estudo verificou que os mais religiosos têm auto-estima mais elevada, enquanto os efeitos sobre a saúde e satisfação de vida vão depender da religião que cada um segue.

2.2.1 Alimento e Religião

A revisão bibliográfica feita até aqui revela que a alimentação e as maneiras à mesa dizem muito sobre um povo e que as normas culturais moldam as práticas alimentares por meio de comportamentos institucionalizados e interiorizados ao longo da vida dos indivíduos. Além das manifestações culturais que tanto identificam quanto socializam os indivíduos, existem grupos sociais nos quais o senso de identificação é maior entre seus membros, pelo fato de compartilharem práticas semelhantes. Assim é o caso dos grupos religiosos, cujos fiéis possuem hábitos semelhantes, que muitas vezes podem ser estendidos às práticas alimentares.

Poulain (2004), inspirado em Max Weber, acredita que a construção das práticas alimentares está relacionada com a cultura religiosa, especialmente no que se refere à estetização da alimentação e ao surgimento de práticas hedônicas na alimentação, que, para ele, são decorrentes da atitude moral e do universo católico da época clássica. O autor expõe que o comportamento alimentar dos cristãos desta época pode ser sintetizado em três tipos: “[...] um asceticismo quase vegetariano [...]” (p. 243); o controle da quantidade a ser ingerida; e o hedonismo. Neste último, comportamento adotado pelos católicos deste período, acredita-se que o gozo dos prazeres terrestres são um meio de glorificação a Deus (POULAIN, 2004). Nesse sentido, Pitte (1991), *apud* por Poulain (2004), afirma que antes da Reforma Protestante (Século XVI), o cristianismo dispunha da possibilidade de tornar o alimento sagrado, ou seja, os fiéis poderiam apropriar-se um pouco de Deus ao ingerir boas comidas.

De fato, Carneiro (1993) destaca o importante papel da alimentação nas religiões, principalmente no que se refere à disciplina e ao autocontrole ensinados por meio das regras alimentares cuja intenção é de resistir às tentações que a alimentação oferece aos membros de cada doutrina religiosa. Para o autor, “Domá-la (tentação) é domar a si mesmo, daí a importância da técnica religiosa dos jejuns, [...]” (p.119).

Assim, com intuito de destacar o papel da religião como influenciador de práticas alimentares, apresenta-se uma pesquisa realizada junto a Adventistas. A nutricionista Sandra Pacheco (2001), pouco confortável com a pequena importância, geralmente, dada aos aspectos simbólicos na formação dos hábitos alimentares entre os profissionais desta área, propõe discussão acerca da alimentação em um contexto sócio-cultural em sua dissertação de mestrado. A autora explora a relação entre prática religiosa e hábitos alimentares em classes sociais distintas. O estudo é realizado com intuito de verificar o papel das práticas e orientações religiosas das Igrejas Adventistas do Sétimo Dia na formação dos hábitos alimentares de seus adeptos. Para tanto, foram selecionadas duas igrejas (templos) com

características sócio-econômicas diferentes; uma congrega membros de classe socioeconômica médio-alta e a outra abrange membros de classe mais baixa, justificadas pelo fato de a autora entender que espaços sociais distintos relacionam-se com estilos de vida diferentes (PACHECO, 2001).

Neste contexto, Pacheco ressalta o papel do alimento entre os adventistas. Para os adventistas o homem e o mundo são imperfeitos em virtude do pecado. O pecado entrou na vida do homem por meio da desobediência ao ingerir determinado alimento proibido e, ainda, continua presente através da vontade descontrolada de comer alimentos não recomendados pela Bíblia ou pelos ritos da Igreja Adventista. Assim, uma alimentação saudável e controlada, de acordo com os preceitos adventistas, é parte de uma conduta de vida racional com fins de glorificar a Deus e tornar-se instrumento em Suas mãos (PACHECO, 2001).

Os resultados da pesquisa de Pacheco (2001) revelam que há relação entre ensinamentos religiosos e práticas alimentares, e entre ensinamentos religiosos e cuidados com a saúde. Os adventistas, apesar de disporem de conhecimento e possuem um discurso articulado com relação à alimentação saudável e natural, não possuem práticas alimentares radicalmente diferentes dos demais brasileiros. Seguem, estritamente, as recomendações provenientes da Bíblia, de Levítico Capítulo 11⁵; contudo, são flexíveis em relação à alimentação natural decorrentes dos ensinamentos da Igreja. Quanto aos cuidados com a saúde verificou-se baixa frequência de doenças nos dois grupos estudados.

Além disso, importantes diferenças nas práticas alimentares e no comportamento dos fiéis foram observadas em virtude das classes sociais distintas, como no que tange às roupas, adereços, nível de informação e adesão às práticas alimentares saudáveis. No grupo de renda mais alta há maior racionalização, estreita relação entre ciência e religião, e as práticas alimentares adequadas são, em grande parte, decorrente de conhecimentos científicos. No outro grupo, de menor renda, existe a tendência a uma visão religiosa “mística”, com fim em si mesma. Para esses, as proibições alimentares existem, simplesmente, porque está escrito na Bíblia (PACHECO, 2001).

Os estudos revisados neste trabalho mostram que a cultura religiosa influencia as escolhas alimentares das pessoas e dos grupos sociais nas situações mais habituais, como tem sido proposto no presente trabalho, e, também, em casos peculiares, como nas refeições realizadas em hospitais por pacientes em tratamento.

⁵ Texto no Apêndice B.

Discutir esse último recorte é o que propõe o estudo conduzido por Wettstein, Alves e Goldim (2010). Os autores notaram, no ambiente hospitalar, a frequente menção dos aspectos religiosos na tomada de decisão, inclusive alimentar, tanto entre pacientes e familiares quanto entre os profissionais da saúde. Assim, os autores apresentam como objetivo da pesquisa verificar a influência das motivações religiosas nas restrições alimentares relatadas por pacientes internados em determinado hospital e o grau de coerção associado a esses aspectos. Para tanto, foi realizada pesquisa quantitativa, com amostra de 177 pacientes, por meio de entrevista pessoal e questionário auto-administrado, na avaliação do grau de coerção associado às restrições alimentares.

Os resultados obtidos no estudo mostram que: a) a maioria (89,3%) dos pacientes é participante de alguma prática religiosa, sendo que as mais mencionadas foram Católica Apostólica Romana (55,9%) e Evangélica (22,6%); e b) a presença de restrição alimentar foi relatada por 59,8% dos entrevistados, por não gostar do alimento, por motivo de saúde e por restrições religiosas. As restrições alimentares por motivações religiosas foram mencionadas por 7,3% dos pacientes, que relataram 25 restrições diferentes, dentre as quais a carne foi predominante. A carne suína foi relatada por seis participantes, sendo quatro Evangélicos, um Católico Ortodoxo e um de Umbanda. O sangue nos alimentos foi mencionado, também, por seis respondentes, quatro Evangélicos e dois Espíritas. Em relação à coerção associada às restrições alimentares verificou-se, para os entrevistados sem ou com restrição alimentar, por motivação religiosa ou por qualquer outra, que os pacientes são ouvidos quanto às suas preferências alimentares, contudo percebem que essas informações não são valorizadas no momento da seleção dos alimentos.

É importante destacar que não é apenas nas religiões mais tradicionais que a alimentação é tema de discussões relevantes. Rondinelli (2009) revela, de maneira preliminar e exploratória (revisão bibliográfica), o importante papel que vem sendo delineado pela alimentação nas religiões “alternativas”. As religiões do movimento alternativo possuem características que as tornam heterogêneas entre si. Em relação às práticas alimentares, as religiões alternativas apresentam, em comum, o consumo de alimentos naturais, a ideia de pureza e equilíbrio na alimentação. Conforme Rondinelli, os estudos revisados apontam que a busca por este tipo de alimentação não está restrita aos movimentos alternativos, mas vem ganhando, gradualmente, o interesse da população urbana como um todo, principalmente pelo incentivo da mídia.

Nas religiões Cristãs, além das práticas alimentares serem influenciadas pela doutrina e pela fé, os alimentos podem fazer parte de simbolismos intrínsecos às práticas religiosas. Especificamente para Católicos e Protestantes, no ato alimentar da eucaristia e ceia, respectivamente, o pão e o vinho têm papéis simbólicos importantes nestes ritos (POULAIN, 2004; A BÍBLIA SAGRADA, 1999). Muito da simbologia dos alimentos nestas religiões é, em parte, explicada pela presença de Jesus entre os homens (como humano), a Última Ceia – compartilhada por Jesus e seus discípulos e a crucificação de Jesus.

Conforme os ensinamentos da Bíblia, o livro mais importante para as religiões cristãs Católica e Protestante, Jesus Cristo foi oferecido como sacrifício – ao ser crucificado – para que todos recebessem perdão de seus pecados, como o símbolo de uma nova aliança de Deus com os seres humanos, no Novo Testamento. No Antigo Testamento, antes da vinda de Jesus Cristo à Terra, os pecados eram perdoados por meio do sacrifício de animais. Assim, Jesus, no texto bíblico, é descrito como o Cordeiro de Deus que expia⁶ o pecado do mundo (A BÍBLIA SAGRADA, 1999, Isaías, cap. 53, p. 499).

Na noite anterior à crucificação, Jesus realiza a Última Ceia em companhia de seus discípulos; nesta ocasião os orienta que comam do pão com a seguinte consciência: “Tomai, comei; isto é o meu corpo.” (A BÍBLIA SAGRADA, 1999, Mateus, cap. 26, p. 26); e o vinho, por sua vez: “Bebei dele todos; porque isto é o meu sangue, o sangue da nova aliança, derramado em favor de muitos para remissão de pecados” (A BÍBLIA SAGRADA, 1999, Mateus, cap. 26, p. 26).

De acordo com a doutrina católica, na celebração da Eucaristia ocorre a transubstanciação, ou seja, o pão e o vinho deixam de ser alimentos naturais e tornam-se, de forma sobrenatural, o corpo e o sangue de Cristo ressurreto. A comunhão eucarística é celebrada de forma diferente entre fiéis e o Clero, sendo que os primeiros recebem apenas o pão (hóstia) e o clero participa ingerindo o pão e o vinho. No movimento da Reforma Protestante, duras críticas pesaram sobre a refeição eucarística, tendo em vista o prazer observado na alimentação, até então, e as novas práticas racionais seguidas pelos protestantes. Assim, as refeições profanas e sagradas passam a ser distintas; as sagradas referem-se à Eucaristia, na qual o prazer não deveria ocorrer; ao receber o pão o fiel não deve nem mesmo mastigá-lo; e nas profanas prossegue-se ao desfrutar do prazer na ingestão dos alimentos (POULAIN, 2004).

⁶ Expiar significa pagar, remir, purgar, resgatar (AMORA, 1997).

Neste ponto, abre-se um parêntese com fins de ressaltar que nos dias de hoje, no Brasil, tal comportamento quanto ao profano e ao sagrado persiste em meio aos imigrantes italianos e seus descendentes do Vale do Itajaí; para estes, o vinho, elemento central nos rituais de comensalidade, apresenta consumo distinto em festas religiosas e profanas (SILVA, 2003).

Na doutrina protestante dois tipos de atitudes são percebidos, de acordo com Poulain (2004), originadas durante a Reforma. Por um lado, John Wycliffe (1320-1384) e Martin Lutero (1483-1546) acreditam na consubstanciação, na qual no momento da Ceia o corpo e o sangue de Cristo estão sobre o pão e o vinho; por outro lado, João Calvino (1509-1564), de maneira mais racional, propõe que o pão e o vinho num ato de fé simbolizam o corpo e o sangue de Cristo.

Assim, em uma abordagem voltada especificamente às culturas religiosas de Católicos e Protestantes, sujeitos da presente pesquisa, apresenta-se a distribuição de tais fiéis em relação à população brasileira.

2.2.2 A Representatividade de Católicos e Protestantes no Brasil

No Brasil, a publicação *Tendências Demográficas* (IBGE, 2007), que faz a comparação entre os Censos Demográficos de 1940 e 2000, constatou o crescimento absoluto em todas as religiões (em número de pessoas) como reflexo do crescimento da população. Mas, em termos relativos, houve redução de 95%, em 1940, para 73,69%, em 2000, de fiéis católicos; nota-se o crescimento de 2,6% para 15,4% de fiéis protestantes, pequeno crescimento nas outras religiões e aumento de 0,2% para 7,4% daqueles que se declaram sem religião, conforme tabela 1.

Tabela 1 – População e distribuição percentual, segundo a religião - Brasil – 1940/ 2000

| Doutrina Religiosa | 1940 | | 2000 | |
|--------------------|------------|-------|-------------|-------|
| | Absoluto | % | Absoluto | % |
| Católicos | 39 116 725 | 95,0 | 124 980 132 | 73,69 |
| Protestantes | 1 070 687 | 2,6 | 26 184 941 | 15,4 |
| Outras religiões | 793 322 | 1,9 | 5 831 426 | 3,4 |
| Sem religião | 87 261 | 0,2 | 12 492 403 | 7,4 |
| Sem declaração | 101 326 | 0,2 | 383 953 | 0,2 |
| População total | 41 169 321 | 100,0 | 169 872 856 | 100,0 |

Fonte: IBGE (2007, p.48)

Até os anos 1980, o perfil religioso da população brasileira pouco se altera. Contudo, entre 1980 e 1991, a supremacia católica começa a sofrer fissuras. Nesse período, os católicos perdem 5,7 pontos percentuais do número de fiéis, enquanto os evangélicos aumentam 2,4 pontos percentuais e os sem religião apresentam um crescimento de 3,1% (JACOB *et al.*, 2004). O processo de acentuada diversificação religiosa no país, de acordo com os autores, está relacionado a três elementos fundamentais da dinâmica da ocupação do território: a preexistência de espaços não-católicos ligados à história do povoamento; o avanço de frentes pioneiras, onde os pastores pentecostais encontram terreno favorável junto a uma população migrante desenraizada; e a urbanização acelerada que favorece o surgimento de novas religiões ou a difusão de religiões vindas do exterior.

Pesquisa realizada pelo Datafolha (ALVES, 2011), em 2007, revela que os católicos representam 64% do total das filiações religiosas no país e os protestantes somam 22%, entre pentecostais e não pentecostais⁷. Outras religiões não atingem a marca de 8%. E os que se declaram sem religião significam 7% do total.

Outra pesquisa do Datafolha (FRANCO, 2010) confirma o crescimento da população de evangélicos/protestantes e a contínua diminuição da população católica (tabela 2). Os católicos representaram, no ano de 2010, 61% da população brasileira, enquanto protestantes

⁷Pentecostais refere-se aos cristão protestantes que aderem ao Pentecostalismo enquanto os não pentecostais são cristãos protestantes não participantes deste movimento. Pentecostalismo refere-se ao movimento de renovação de dentro do cristianismo cuja essência está em uma experiência direta e pessoal do fiel com Deus através do Batismo no Espírito Santo. A referência bíblica deste movimento é o Pentecostes, descrito no Livro de Atos, Capítulo 2. No Brasil, a primeira Onda Pentecostal inicia-se em 1910 com a fundação das igrejas Congregação Cristã no Brasil e Assembleias de Deus(WIKIPÉDIA/ PENTECOSTALISMO, 2011).

correspondem a 25% deste total, sendo 19% pentecostais e 6% não pentecostais; 14% dos entrevistados são de outras religiões ou não responderam.

Tabela 2: A divisão religiosa da população brasileira (em %).

| Ano | Católicos | Evangélicos | Outras religiões/ não responderam |
|------|-----------|-------------|--------------------------------------|
| 1994 | 75% | 14% | 11% |
| 1998 | 72% | 15% | 13% |
| 2002 | 70% | 19% | 11% |
| 2006 | 68% | 23% | 09% |
| 2010 | 61% | 25% | 14% |

Fonte: Franco (2010).

Em suma, os grupos religiosos mais representativos da população brasileira (86%) são oriundos das doutrinas cristãs católicas e protestantes, as quais apresentam características intrínsecas às crenças religiosas, decorrentes das idéias de salvação e vocação, que são externadas na sociedade por meio do comportamento dos fiéis, bem como pode ser descrito logo abaixo pela ótica de Max Weber (1905/1987).

2.2.3 Prática de Católicos e Protestantes na Visão Weberiana

Max Weber (1864-1920), em sua obra “A ética protestante e o espírito do capitalismo”⁸ (1905/1987), publicada originalmente na Alemanha em 1905, sua terra natal, observou o fenômeno das peculiaridades mentais e emocionais adquiridas pela religião influenciando o modo de vida de católicos e protestantes. O autor salienta que tal fato não se restringe a determinados locais, ou seja, o fenômeno pôde ser observado na Alemanha, Inglaterra, França, Prússia, Rússia e em muitos outros países.

Weber notou que a maioria dos homens de negócio, dos donos de capital, trabalhadores especializados, profissionais de maior habilidade técnica e comercial e dos ocupantes de cargos de administrativos eram predominantemente protestantes. Assim, levanta o questionamento histórico: “[...] por que os lugares de maior desenvolvimento econômico foram, ao mesmo tempo, particularmente propícios a uma revolução dentro da Igreja?” (p.12); a revolução a que se refere é a Reforma Protestante. Exemplifica o caso dos ingleses, que, de

⁸ As idéias do autor contidas neste tópico foram baseadas, unicamente, na obra acima referenciada.

acordo com Montesquieu, foi o povo que mais progrediu, na religião, no comércio e na liberdade.

Apesar de o capitalismo depois de estabelecido não necessitar do suporte da força religiosa, certas idéias religiosas quanto ao trabalho e ao capital favoreceram seu desenvolvimento. Para Weber, mesmo diante da importância do comportamento dos protestantes para o desenvolvimento do espírito do capitalismo, não se deve compreender o modelo capitalista apenas como resultado da “Reforma”. O que se destaca, de acordo com Weber, é a conotação religiosa dada à idéia de vocação. O conceito de vocação, introduzido como dogma central em todas as denominações Protestantes e rejeitada pela Igreja Católica, trouxe o significado religioso às atividades seculares do dia-a-dia. A vocação, na doutrina Protestante, entende que a única forma de vida aceitável por Deus seria o cumprimento das obrigações seculares da forma mais ética possível; nas palavras do autor: “[...] comprovar a fé do indivíduo pelas atividades seculares⁹ [...]” (p. 54).

Nas esferas católicas as atividades direcionadas à aquisição, como à indústria, não eram bem vistas, mas, apenas, toleradas. O espírito capitalista foi rejeitado, pois foi percebido como heresia, atividade de usura, prática condenada pela doutrina católica. Para os católicos, a religião é um meio de afastar o homem do trabalho. Por outro lado, nas esferas protestantes o espírito capitalista era mais que tolerado, é tratado como vocação. A aquisição, para estes, desde que realizada legalmente, simboliza a virtude e eficiência em certo caminho. Weber ressalta, ainda, a importância da honestidade neste meio. Era necessário fazer o dinheiro multiplicar por meio do trabalho e da racionalidade de seu uso, combinado ao afastamento estrito do prazer espontâneo de viver, ou seja, das práticas hedonistas.

Para os protestantes, a relação com Deus era realizada sem intermediários. Deus, unicamente, deveria ser seu confidente. Assim, cada um deveria saber e sentir se estava ou não salvo; para ter essa segurança deveria ter uma conduta permanentemente reta, racional, longe dos prazeres da “carne”, devotada ao cumprimento das atividades diárias e de boas obras.

⁹Secular refere-se ao que não pertence a ordens religiosas (AMORA, 1997). “Secularismo é o princípio da separação entre instituições governamentais e as pessoas mandatadas para representar o Estado a partir de instituições religiosas e dignitários religiosos. Em certo sentido, secularismo pode afirmar o direito de ser livre do jugo e ensinamento religioso [...].Em outro sentido, refere-se à visão de que as atividades humanas e as decisões, especialmente as políticas, deve ser imparciais em relação à influência religiosa”(WIKIPÉDIA/ SECULARISMO, 2011).

Os católicos, por outro lado, também pensavam em realizar boas obras, porém não em caráter permanente, mas com a intenção de abonar alguma falta. O medo da condenação é atenuado pelo sacramento da absolvição. O padre, como sacerdote, tinha o poder de perdoar pecados a ele confessados e tinha a chave para a vida eterna. As pessoas o procuravam na aflição e ele distribuía redenção, esperança da graça, certeza de perdão. Assim, segundo Weber (1905/1987), as pessoas tinham uma vida assistemática do ponto de vista ético. Pode-se perceber a conduta adotada pelos católicos em relação ao pecado pela citação a seguir: “[...] Não havia lugar para o ciclo, muito humano, dos católicos de pecado, arrependimento, reparação e liberação, seguido de um novo pecado [...]” (WEBER, 1905/1987, p. 52).

Assim, enquanto os protestantes viviam a tensão da conduta ética para terem certeza da salvação, os católicos estavam livres desta obrigação, pois, a qualquer momento, poderiam recorrer ao padre que lhes absolveria dos pecados. Portanto, a conduta dos católicos é confirmada por Weber como hedonista, ou seja, poderiam desfrutar dos prazeres mundanos já que dispunham de meios para obter absolvição sempre que necessitassem. Entre os protestantes cada um era responsável por obter a certeza da salvação por meio de conduta ética nas atividades seculares, que poderiam ser observadas de acordo com ordenamentos bíblicos ou pelos direcionamentos da própria natureza; por isso adotavam comportamento racional, como se verifica na citação a seguir: “[...] Por isso, irmãos, procurai com diligência cada vez maior, confirmar a vossa vocação e eleição; porquanto, procedendo assim, não tropeçareis em tempo algum [...]” (A BÍBLIA SAGRADA, 1999; 1 Pedro, cap.1, vers. 10, p. 195).

Em decorrência das afirmações de Weber, que, por um lado, salienta a conduta completamente racionalizada dos protestantes, e, por outro, a conduta de católicos moderada eticamente e hedônica, pode-se afirmar que tais práticas aplicam-se em todas as áreas da vida dos fiéis, inclusive na alimentação. Conforme Weber, a Bíblia é uma das fontes de comportamento racional e, de acordo com ela, qualquer excesso comportamental é considerado pecado, assim como os excessos alimentares e a glotonaria. E, ainda, enfatiza que os glutões não podem herdar o reino dos céus, ou seja, ser salvo, como se verifica na citação a seguir:

“[...] Ora, as obras da carne são conhecidas e são: prostituição, impureza, lascívia, idolatria, feitiçaria, inimizade, porfias, ciúmes, iras, discórdias, dissensões, facções, invejas, bebedices, glotonaria e coisas semelhantes a estas, a respeito das quais eu vos declaro, como já, outrora, já os preveni, que não herdaram o reino de Deus os que tais coisas praticam [...]” (A BÍBLIA SAGRADA, 1999; Gálatas, cap.5, vers. 19-21, p. 157).

Nesta linha, a presente pesquisa é conduzida tomando-se como sujeitos católicos e protestantes da cidade de Aquidauana e Anastácio, em Mato Grosso do Sul, na tentativa de identificar os pressupostos de Weber (1905/1987) quanto às práticas alimentares, na sociedade contemporânea.

2.3 PRÁTICAS HEDÔNICAS E FUNCIONAIS-UTILITÁRIAS

Sofrendo as influências da cultura religiosa, os comensais também estão diante de questões racionais e emocionais relacionadas às práticas alimentares. Halbwachs (1912/1970)¹⁰ *apud* Poulain (2004) acredita que para compreensão das práticas alimentares cabe discutir não apenas as porções de gordura, lipídio, carboidrato, sal e açúcar dos alimentos, ou seja, aspectos nutricionais; é preciso notar as normas, os preceitos, os costumes e hábitos a que os comensais estão expostos, ou seja, os elementos sociais envolvidos na tomada alimentar. Assim, é importante discutir os aspectos hedônicos e funcional-utilitaristas na realidade vivida por fiéis católicos e protestantes. Para tanto, inicia-se esta seção abordando os conceitos dos termos utilitário-funcional e hedônico, seguida da aplicação destes conceitos nas práticas alimentares; e, por fim, nas práticas alimentares de católicos e protestantes.

De acordo com Holbrook (1986), avaliar a escolha ou tomada de decisão do consumidor exclusivamente pelo mérito dos bens e serviços adquiridos é um caminho que possui falhas, pois não se leva em consideração todos os custos e benefícios intangíveis e emocionais que devem ser avaliados para o entendimento da atividade de consumo completa. Para ele, é preciso compreender o valor dado à compra e ao consumo dos produtos; para tanto, deve-se analisar o envolvimento subjetivo do consumidor, por meio de sua experiência com o produto, e as características tangíveis e objetivas da compra; ou seja, é preciso avaliar as dimensões hedônicas e utilitárias da compra, uso e consumo dos bens e serviços.

Uma grande parte das pesquisas com consumidores é realizada sem levar em consideração os aspectos intangíveis envolvidos na compra e consumo de produtos, ocasionando a visão de que os consumidores desejam do produto a máxima utilidade. Esta abordagem é válida quando os principais atributos determinantes na escolha do produto são qualidades tangíveis e atributos utilitários. No entanto, é inapropriada para a compra e uso de

¹⁰Sociólogo francês da escola durkheimiana que viveu no século passado (1877-1945).

produtos nos quais o desejo de satisfação emocional é relevante, além das funções utilitárias (HIRSHMAN; HALBROOK, 1982).

Quando realizam compras de bens e serviços os consumidores estão expostos ao processo de escolha, com o objetivo de satisfazer uma necessidade ou solucionar um problema. A escolha ou tomada de decisão por parte do consumidor pode ser orientada por comportamento hedônico ou funcional-utilitarista (BABIN; DARDEN; GRIFFEN, 1994).

Na escolha utilitária, consideram-se, principalmente, os atributos funcionais do produto, a análise mais importante a ser feita está relacionada aos fins práticos e a função do produto; ou seja, o utilitarismo está associado com os benefícios funcionais do produto, como: utilidade, praticidade, rapidez (FOXALL; YANI-DE-SORIANO, 2005). Por outro lado, quando o envolvimento emocional do consumidor é dominante sobre a capacidade funcional do produto tem-se um comportamento hedônico; o objeto de consumo é analisado pelo ponto de vista do prazer e da satisfação da compra e consumo. Assim, entende-se o hedonismo como os aspectos multisensoriais, fantasiosos e emotivos da experiência de uma pessoa com o produto (HIRSCHMAN; HOLBROOK, 1982).

No comportamento hedônico a excitação aumenta, intensifica-se o envolvimento, a liberdade percebida, realização da fantasia e escapismo; o comportamento utilitário pode ser descrito como enérgico, racional, relacionado à tarefa; essas características comportamentais podem indicar a valorização da dimensão hedônica ou funcional de compra e utilização de um bem (HIRSCHIMAN, 1983). Em suma, funcional é relativo às funções vitais, em cuja execução ou fabricação se procura atender, antes de tudo, à função, ao fim prático; hedônico refere-se à doutrina ética que afirma constituir o prazer, só ou principalmente, a felicidade da vida (WEISZFLOG, 2007).

Babin, Darden e Griffin (1994), analisando as dimensões hedônicas e utilitárias do processo de “ir às compras” nos EUA, verificaram que existem duas maneiras para que isso ocorra. A primeira, *darkside*, na qual fazer compras significa, para o consumidor, uma tarefa, um trabalho, uma obrigação. Os autores avaliam o processo por meio das palavras usadas para descrever a qualidade da tarefa, a saber: sucesso, cumprimento, desempenho, alívio. Esse tipo de compra é categorizado por eles como utilitária; por exemplo, as compras de Natal são tidas como tarefa de mulher, na qual ela está envolvida em uma árdua tarefa de encontrar presentes para os membros da família.

A segunda maneira, *funside*, é o tipo de compra na qual a atividade possui valor emocional e recreativo; o maior envolvimento do consumidor torna o processo agradável e

divertido; o mais importante é desfrutar; até mesmo quando o consumidor não dispõe de recursos financeiros para realizar a compra, simplesmente o passeio já o satisfaz. Para os autores, esse tipo de compra é categorizado como hedônica. Alguns consumidores entrevistados no estudo afirmam que gostam de comprar quando isto lhes permite esquecer os problemas. Outro consumidor afirmou que se sente como uma criança em loja de doces ao realizar compras de brinquedos no Natal. Babin, Darden e Griffin (1994) revelam, ainda, que as duas dimensões podem ocorrer em um mesmo processo de compra, assim o utilitarismo e o hedonismo podem ser tanto excludentes como complementares (BABIN; DARDEN; GRIFFIN, 1994).

Pesquisa conduzida por Lima-Filho (1999), em Campo Grande-MS, junto a mulheres das classes A e B, responsáveis pela compra de supermercado para sua família, revelou que 50% das entrevistas consideram a compra uma tarefa, ou seja, utilitarista, e a outra metade vêem a atividade como prazerosa, portanto, hedônica.

O alimento é um produto de consumo que esclarece essa dicotomia entre o hedonismo e o funcionalismo, tendo em vista que a alimentação, além de atender a uma necessidade fisiológica, é um ato cultural; à maneira à mesa apresenta-se como parte da história e da identidade de um grupo social, pois é uma representação dos valores fundamentais de uma cultura (POULAIN, 2004). E, também, autores como Fischler (1990), Furst *et al.* (1996), Fantino (1999), Courbeau e Poulain (2002), citados por Jomori, Proença e Calvo (2008), acreditam que o hedonismo é uma variável que tem importante influência sobre o comportamento do comensal.

A percepção utilitarista do consumo de alimentos centra-se no aspecto funcional do produto, desejo de praticidade e atenção ao fator nutricional; em contrapartida, a percepção hedonista baseia-se no sabor, na elaboração, na extravagância e no prazer proporcionado pelo alimento (WANSINK; SONKA; CHENEY, 2002). Além disso, na dimensão hedônica da alimentação encontra-se o gosto, que, consoante Fischler (1990), corresponde à interiorização da informação cultural ajustada às normas culinárias.

Nesse sentido é relevante destacar que o consumo de animais e vegetais não ocorre apenas pela disponibilidade ou pela capacidade de produção do meio, ou seja, por razões utilitárias. São igualmente relevantes as razões simbólicas que tornam um produto em alimento (POULAIN, 2004; CONDOMINAS, 1980).

As dimensões hedônica e funcional da alimentação são abordadas por Daniel e Cravo (2005)¹¹ no livro “Antropologia e nutrição: um diálogo possível”, cujo título não poderia ser mais emblemático para o objeto de estudo da presente pesquisa. Por um lado, a Nutrição aborda, essencialmente, questões relacionadas à funcionalidade e aos nutrientes dos alimentos, ressaltando a dimensão funcional-utilitarista; por outro lado, a Antropologia concentra-se no indivíduo, seus hábitos, na construção social, inclinando-se no sentido da dimensão hedônica. Também para estes autores, os hábitos alimentares são importantes na satisfação das necessidades fisiológicas e, também, no caráter simbólico inerente a estas práticas, que adquirem significado em meio às relações sociais.

Na perspectiva utilitarista, Daniel e Cravo (2005) afirmam que as propriedades de manutenção do organismo humano oferecidas pelos alimentos, ou mais especificamente uma alimentação adequada, se dá de diferentes maneiras, considerando a idade, o sexo, as condições econômicas e os papéis sociais do comensal. Sob este olhar, o alimento tem o intuito de garantir a sobrevivência, um desenvolvimento e/ou manutenção adequada do organismo, um envelhecimento saudável. Neste contexto, pode-se mencionar, a título de exemplo, o que faz parte de uma alimentação nutricionalmente adequada ao longo das fases da vida. Para um bebê o ideal, no início da vida, é o leite materno, porém há bebês que ingerem outros tipos de leite e comidas teoricamente consideradas de adulto. Às crianças e aos jovens, alimentos à base de proteínas e vitaminas. Os adultos devem ingerir alimentos saudáveis para prevenção de doenças. E os idosos, que apresentam diversas limitações em relação à mastigação e digestão, poderiam consumir alimentos bem cozidos, leite, verduras, frutas e carnes macias e tenras. Nesta mesma perspectiva o alimento aparece, no senso comum, com propriedades de curar ou prevenir males da saúde dos comedores por meio da inserção ou retirada de determinados alimentos da dieta (DANIEL; CRAVO, 2005).

Na perspectiva hedônica, o alimento é percebido em relação ao gosto, ao sabor, às proibições e permissões, ao comestível e em relação ao contexto sociais. Para Daniel e Cravo (2005, p.61), “[...] a comensalidade permeia todas as relações nas sociedades humanas [...]”. No Brasil, onde a cultura é extremamente relacional¹², verificam-se os reflexos nas práticas

¹¹ Os autores não se definem como utilitaristas ou hedonistas, apenas relatam ambas as visões, sendo a primeira caracterizada pela Nutrição e a segunda pela Antropologia.

¹² Relacional - que estabelece relação (AMORA, 1997). Sociedade relacional – “sistema onde as relações são mais que mero resultado de ações, desejos e encontros individuais; pois aqui (Brasil) entre nós (brasileiros)elas (relações) se constituem, em muitas ocasiões, em verdadeiros sujeitos das situações, trazendo para elas o seu ponto de vista” (DAMATTA, 1994, p.62).

alimentares: os alimentos são misturados para formar um único prato, os pratos são servidos juntos, mistura-se o arroz com o feijão, comem-se com amigos e por meio da alimentação pode-se até criar laços de parentescos semelhantes aos de origem (POULAIN, 2004; DAMATTA, 1984).

O brasileiro está sempre reunido em “torno da mesa”, em cada encontro social e nas festividades o alimento está presente como uma maneira de agregar, de juntar as pessoas. Muitas vezes a cerimônia, a festividade ou mesmo um encontro social é o motivo para algum tipo de comensalidade. Nas cerimônias de casamento, geralmente, os noivos ou os pais destes distribuem alimentos aos convidados como uma maneira de celebrar o enlace. Ou mesmo, a simples visita à casa de um vizinho é recebida com um “cafezinho”, chá, bolo, biscoitos. Em outras ocasiões, a própria comida – comida no sentido dado por DaMatta (1984) – mais que apenas alimentar, representa um estilo de alimentar-se e define identidades pessoais e grupais, estilos de ser, fazer, estar e viver; é o próprio motivo da reunião, como, por exemplo, os amigos se reúnem para fazer um churrasco, poderia se dizer que a celebração é o churrasco. O mesmo ocorre com a feijoada, o arroz de carreteiro e tantos outros pratos que enriquecem a cozinha brasileira.

Para algumas culturas o alimento é visto, principalmente, como fonte de energia e saúde, para outras a maior apreciação dá-se no processo de preparação e degustação dos alimentos. Von Alvensleben (1997) propõe um modelo de classificação de consumidores em cinco categorias, a partir de diferentes combinações entre os níveis de orientação à saúde (dimensão funcional) e a busca por prazer na alimentação (dimensão hedônica), conforme figura 2.

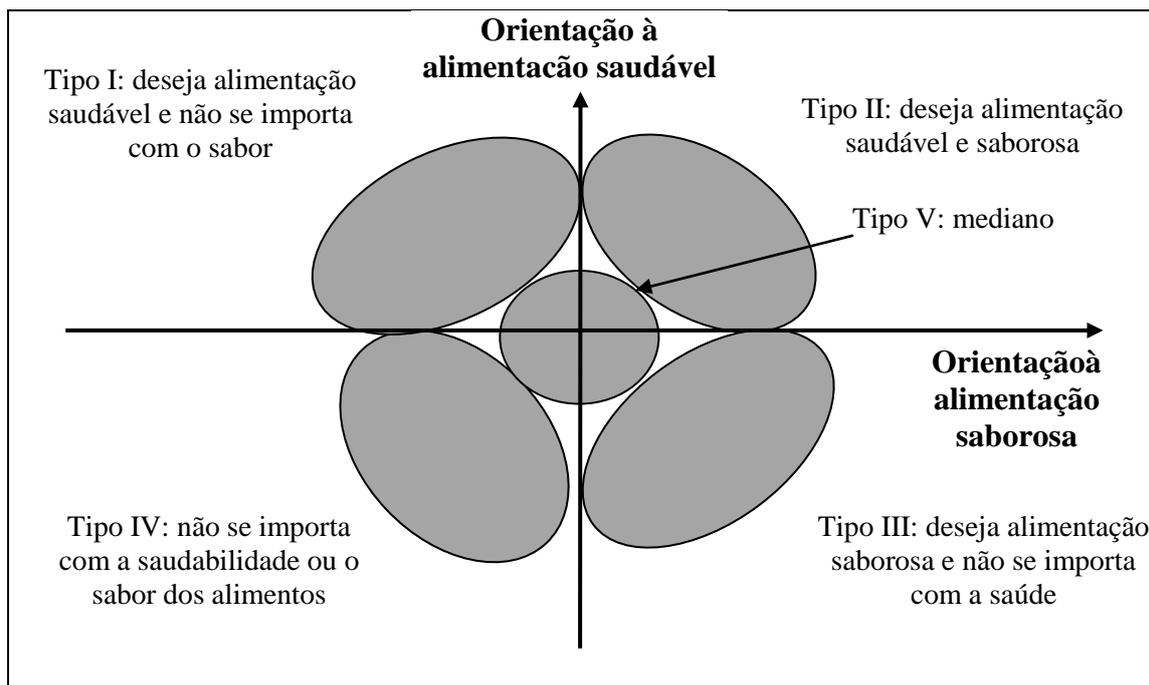


Figura 3 - Tipologia de consumidores de alimentos, de acordo com grau orientação à saudabilidade e prazer. Fonte: Von Alvensleben (1997, p.217)

De acordo com Lambert *et al.* (2005), latinos e anglo-saxões têm representação distinta em relação ao alimento. Para os povos latinos, geralmente católicos, vale os lemas “viver para comer bem” e “comer vem antes da saúde”; já para os anglo-saxônicos, povos em sua maioria com orientação religiosa protestante, o que vale é “comer para viver” e “comer com boa saúde antes do prazer”.

Os norte-americanos – a maioria é anglo-saxão – por exemplo, concebem a alimentação como um meio de vida, ou seja, alimentam-se para manter o organismo em funcionamento, assegura DaMatta(1984). Para este povo, a alimentação não é, essencialmente, um ato social; comem de pé, sentados, sozinhos ou acompanhados, com amigos ou estranhos, misturando doce e salgado; para eles, comer é um ato essencialmente individual.

Conforme Poulain (2004), na França, que representa os povos latinos, os comensais consideram a comida e a textura do alimento tão importante quanto o sabor, têm a tendência de priorizar o sabor à nutrição e valorizam pratos tradicionais. Os franceses velam pelas suas práticas alimentares, são contundentes ao desaprovarem a homogeneização da alimentação, principalmente quanto à “mcdonaldização”.

Embora o Brasil seja um país, basicamente, católico – onde a comida tem um papel central na cultura, é ato social que liga pessoas, presente no modo de falar, no agir à mesa e

até mesmo em conotações sexuais (DAMATTA, 1994) – ambos os comportamentos são identificados. Os estudos de Sousa (2006) e Pineyrúa (2006) sobre comportamento alimentar utilizaram a mesma base de dados de 1600 entrevistas nas cidades de Porto Alegre-RS, São Paulo-SP, Recife-PE e Goiânia-GO. Os resultados obtidos revelam a existência, no Brasil, de grupos de consumidores hedônicos, pessoas cujo principal atributo observado no alimento é o sabor; e consumidores utilitaristas, para os quais o alimento tem como principal função manter o funcionamento do organismo e priorizam atributos de saúde.

Com o intuito de identificar o perfil de consumidores de alimentos orientados para saúde no Brasil, o estudo de Sousa (2006) verificou a presença de dois grupos de consumidores utilitaristas: “utilitarista saudável” e “diestéticos”. Em ambos os grupos a prática de atividade física e o aconselhamento com médicos e nutricionistas quanto à dieta aparecem com características significativas. Os grupos são descritos a seguir:

- a) utilitarista saudável: pensa na saúde no momento da compra. Deseja o alimento saudável e não se interessa por sabor. O alimento é um instrumento para aumentar o desempenho do corpo, evitar ou retardar certas doenças crônicas, manter-se em forma mesmo em idade avançada. São mais comuns na Região Centro-Oeste, com idade superior a 50 anos, renda de 2 a 5 salários mínimos e ensino médio completo;
- b) diestético: prioriza a saúde durante os dias úteis, mas aos finais de semana sua prioridade divide-se entre o sabor e a saúde – cujo objetivo é a manutenção da forma física. Revelando, assim, um comportamento alternado – funcional e hedônico. Buscam distinção através de sua conduta alimentar e do corpo perfeito. O alimento visa atender ao novo modelo estético, de um corpo magro, da classe dominante, tornando-se objeto e símbolo de sucesso social. São predominantemente das Regiões Sul e Sudeste, do sexo feminino, com idade entre 20 e 49 anos, ensino superior completo e renda acima de 10 salários mínimos.

Em outra vertente, objetivando identificar o comportamento alimentar mais típico do brasileiro que valoriza a alimentação tradicional e prazerosa, desenvolve-se a pesquisa de Pineyrúa (2006). Com o advento da alimentação rápida e moderna, o ato alimentar ganha mobilidade e funcionalidade, e, conseqüentemente, ocorre a perda da identidade e valor na alimentação tradicional. No entanto, os resultados obtidos por Pineyrúa apontam para a formação de um grupo que valoriza a alimentação tradicional e regional, os “tradicionalistas hedônicos”. Este grupo é formado por pessoas que sentem grande prazer e felicidade ao se

alimentar, sendo o sabor o atributo mais importante do alimento. Gostam de fazer suas refeições com amigos e família, apreciam a comida regional, pois, por meio dela, declaram voltar às origens, ao aprendizado que receberam quando crianças no seio familiar e, principalmente, esta é símbolo de cultura e tradição. Os membros desse grupo, em sua maioria, têm renda alta, ensino médio completo e idade entre 40 e 49 anos. Destacam-se por preservarem fortes tradições. Quando residem em outras Regiões do país, que não seus respectivos locais de origem, reúnem-se em centros de cultura, como o centro de tradição gaúcha no caso dos naturais do Rio Grande do Sul.

A formação do comportamento alimentar hedônico pode ser, em grande parte, explicada pelas raízes históricas de um povo ou grupo, como foi evidenciado por Pineyrua (2006). A valorização das raízes culturais traz influência significativa para a construção do modelo alimentar de diferentes grupos, é o que destaca a pesquisa conduzida por Silva (2003). Silva (2003) buscou verificar os impactos produzidos na culinária e na produção de alimentos na região do Vale do Itajaí-SC, em virtude da vinda de famílias camponesas imigrantes de origem européia (alemãs, italianas e polonesas), a partir do conceito de *habitus* proposto por Bourdieu, conceito já apresentado neste capítulo de Referencial Teórico. Por exemplo, dois produtos diferenciam emblematicamente os italianos e alemães do Vale do Itajaí; para os italianos a base do cultivo e da cozinha é o milho (polenta), para os alemães o principal alimento de plantio e consumo é a batata. Assim, percebe-se que em um mesmo território os grupos diferenciam-se em virtude das raízes históricas. Os resultados permitem constatar que população imigrante procura desenvolver as atividades no novo território semelhantemente daquela ocorrida no local de origem; em geral, as populações ao se deslocarem trouxeram consigo costumes e hábitos alimentares que moldaram a sua inserção no campo enquanto camponês, a preferência pelo cultivo e gosto de uma comensalidade, que irá se manter e refletir na dieta dessa população, mesmo que tal dieta seja transformada em decorrência das necessidades do meio e dos recursos disponíveis.

Com olhar distinto ao de Sousa (2006), Leonardo (2009) propõe que a alimentação brasileira enfatiza mais o prazer de comer do que o valor nutritivo dos alimentos, ou seja, os comensais durante uma refeição buscam o prazer, o sabor, o gosto dos alimentos e não aquilo que representam nutricionalmente; em outras palavras a alimentação centra-se na dimensão hedônica. Ressalte-se que o propósito de Sousa (2006) foi o de identificar grupos com orientação para alimentos saudáveis. Para Leonardo (2009) a comida brasileira, das massas

populares, concentra-se basicamente em massas, gorduras, açúcares e carnes, dando pouco espaço na dieta a frutas, legumes e verduras.

Pesquisa conduzida por Jomori, Proença e Calvo (2008), na cidade do Rio de Janeiro, avaliou as influências que levam às escolhas do prato consumido fora de casa em diferentes tipos de estabelecimentos. Os indicadores foram: aparência, paladar, variedade, hábito, valor nutricional, preço, saúde e qualidade. Os resultados apontam que para maioria dos entrevistados os aspectos mais relevantes são: a qualidade da refeição, a saúde, a variedade e o paladar. Percebe-se, assim, que tanto atributos utilitários quanto hedônicos são considerados importantes na escolha de um prato pelos consumidores. Se tais aspectos fossem classificados quanto às dimensões utilitárias e hedônicas, saúde e qualidade se encaixariam na primeira categoria, paladar na segunda e variedade em ambas, pois poderia ser considerada a condição onívora do ser humano e o desejo de um paladar diversificado.

Estudo realizado em Campo Grande-MS junto a 100 consumidores de restaurantes comerciais, Lima Filho et al. (2012), a partir de sete variáveis, identificou três grupos de fatores, utilizando-se de análise fatorial: a) preocupados com a saúde, b) em busca do prazer; e c) preocupação financeira e visual. O último fator merece explicações. Está relacionado com as variáveis “preço do alimento” e “aparência do alimento”. Segundo os autores, este fator:

[...] pode ser resultado da crença do consumidor, que, por estar pagando um preço maior por um prato em um restaurante, teria o direito de receber um prato mais apresentável, de melhor aparência. Entretanto, alimentos e pratos preparados que possuam um preço inferior, tendem a ter consumidores menos exigentes com a aparência do prato, devido ao preço pago pelo mesmo (Lima Filho et al., 2012, p. 8).

Ainda para salientar os aspectos hedônicos e funcionais da alimentação, pode-se voltar ao estudo de Lucchese-Cheung e Batalha (2010). Para os autores, os diferentes modelos alimentares utilizados pelos membros de uma mesma sociedade podem, em parte, ser explicado: a) pelo maior acesso, de parte da população, a informações científicas sobre os benefícios e malefícios dos alimentos à saúde – caracterizando fatores utilitários na construção do modelo alimentar; e b) pelos reflexos das identidades sociais encontrados nas práticas e gostos alimentares – caracterizando fatores hedônicos na construção do modelo alimentar. No grupo dos “Gastrônomicos” percebe-se comportamento hedônico, pois para esses indivíduos o tempo gasto na realização das refeições é mais importante do que o conteúdo do ato alimentar; dão importância, principalmente, ao caráter convival da refeição. No grupo “Adeptos da refeição fora do domicílio” destaca-se o comportamento funcional-utilitarista, pois para esses indivíduos o tempo consagrado ao consumo dos alimentos

representa uma forte restrição ao consumo; geralmente, as refeições levam poucos minutos, realizam o almoço fora de casa até seis vezes por semana e fazem uso de alimentos congelados.

Em suma, a dimensão funcional da alimentação apresenta uma tendência a aspectos relacionados à saudabilidade e conveniência. No mercado, por exemplo, inglês entre os anos de 1995 e 1999 verificou-se que as refeições prontas e semi-prontas cresceram duas vezes mais que os demais alimentos. Seguindo os mesmos padrões, alimentos mais saudáveis crescem a taxas superiores aos tradicionais; por exemplo, verifica-se o aumento do consumo de leite desnatado e semi-desnatado em detrimento do integral. Percebe-se que o aumento da demanda por alimentos está intimamente ligado aos aspectos de saúde e conveniência. Em contrapartida, apresentam certa queda de demanda produtos que exigem maior tempo de preparo, refeições longas e alimentos pouco saudáveis (SHIU; DAWSON; MARSHALL, 2004).

No Brasil, acredita-se que a dimensão utilitário-funcional do consumo de alimentos ocorra, principalmente, em dois sentidos: conveniência e saudabilidade, esta última ainda tímida. A falta de tempo dos comensais tem favorecido o uso de congelados, enlatados, refeições preparadas rapidamente no aparelho de microondas e do refrigerante. E, também, o jantar convencional brasileiro está sendo substituído pelo “lanche”. Por outro lado, os consumidores apresentam a preocupação de cuidar melhor das escolhas alimentares, buscando maior qualidade dos produtos (BLEIL, 1998).

Segundo Poulain (2004), em busca de maior conveniência as mulheres, geralmente as maiores encarregadas das tarefas domésticas, fazem uso cada vez maior de alimentos processados, tendo em vista a crescente redução de tempo disponível para realização das tarefas domésticas, uma vez que elas já são presença maciça do mercado de trabalho; as mulheres, em sua maioria, especialmente as mais jovens, não gostam de desenvolver as atividades domésticas da mesma maneira que suas mães e avós, ou seja, procuram praticidade de forma a possibilitar a realização destas tarefas em menor tempo e dificuldade possível.

Hirshman e Holbrook (1982) fazem algumas proposições a respeito das práticas hedônicas e da ligação desta com as subculturas, destacando o papel da religião. Para Hirshman (1980), os consumidores imbuem a um produto significados subjetivos que suplementam os atributos concretos que este possui, como se verifica no caso dos gaúchos na pesquisa de Pineyrua (2006). Hirshman e Holbrook (1982) propõem que as diferenças nas reações emotivas e imaginárias são intimamente ligadas às diferenças subculturais – grupo:

étnico, racial, religioso, nacional; as subculturas representam um sistema complexo de socialização, educando seus membros em determinada maneira de ver o mundo e reforçando os costumes adotados por este grupo. Hirshman e Holbrook (1982) propõem, ainda, que a importância dada aos aspectos emocionais e fantasiosos varia em cada subcultura, encorajando e/ou permitindo o comportamento de seus membros. Este é caso dos italianos, em que, geralmente, há o consentimento das normas étnicas para que católicos sejam emocionalmente mais expressivos do que para os protestantes (PATAI, 1977 *apud* HIRSHMAN; HOLBROOK, 1982).

Estudo qualitativo de Lima e Lima-Filho (2009) se propôs a identificar a relação entre hedonismo e católicos e funcionalismo e protestantes quanto às práticas alimentares na cidade de Campo Grande-MS. Foi constatada a presença tanto do comportamento funcional-utilitarista quanto do hedônico em seguidores de ambas as doutrinas religiosas. Todos os entrevistados, independente da religião, demonstraram preocupação com a saúde ao adotarem alimentação controlada durante a semana, caracterizando comportamento funcional; e aos finais de semana ou datas comemorativas saem da rotina e priorizam o prazer na alimentação, apresentando comportamento hedônico. No entanto, devido ao caráter exploratório daquela pesquisa os resultados obtidos não são representativos para a população de católicos e protestantes.

Mesmo que objeto da presente pesquisa já tenha sido tomado pelo estudo qualitativo de Lima e Lima-Filho (2009), que obteve resultados que contrariem o pressuposto citado, a pouca representatividade da amostra daquele estudo não permite que afirmações sejam estabelecidas.

Pelo que foi exposto neste capítulo é razoável supor que a cultura religiosa pode orientar e moldar o comportamento dos indivíduos em relação às práticas alimentares. Cada religião estabelece dogmas e práticas e os seguidores são orientados nesse sentido, em virtude do simbolismo que as religiões imbuem aos alimentos. A presente pesquisa parte do pressuposto que: católicos têm comportamento hedônico-social e protestantes apresentam comportamento utilitário-funcionalista em relação à alimentação. Sendo o intuito da pesquisa responder a seguinte pergunta: considerando que as práticas alimentares transformam-se, evoluem; é possível identificar diferenças significativas no comportamento alimentar de católicos e protestantes na sociedade contemporânea?

Quanto aos objetivos, busca-se avaliar o comportamento dos consumidores cristãos, seguidores das doutrinas católica e protestante, quanto às práticas alimentares.

Especificamente busca: a) dicotomizar o comportamento dos fiéis em hedônico ou funcional; b) verificar a orientação da cocção e consumo dos alimentos em relação às dimensões hedônica e funcional; c) verificar a aplicabilidade do pressuposto de Weber (1905/1987) na sociedade contemporânea.

Assim, pretende-se responder a pergunta de pesquisa e atingir os objetivos propostos lançando mão de pesquisa descritiva-quantitativa, utilizando levantamento de dados – *survey*, por meio de entrevista pessoal individual estruturada não disfarçada com uma amostra de 200 respondentes, sendo 100 Católicos Apostólico Romano e 100 Protestantes dentre Batistas, Presbiterianos e membros da Assembléia de Deus; freqüentadores dos respectivos templos a pelo menos 3 anos e com idade igual ou superior a 20 anos.

3. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Conforme Cervo e Bervian (2002), a metodologia ou o procedimento metodológico pode ser descrito como um procedimento racional e sistemático cujo intuito é demonstrar a maneira que a pesquisa foi desenvolvida, tal qual a forma de abordagem, seus métodos e as técnicas que melhor se enquadram na problemática do trabalho científico, visando a obtenção de seus resultados e, também, a possibilidade de contribuir para com o conhecimento científico.

Com fins de desenvolver com maior clareza os procedimentos metodológicos é imprescindível destacar os pontos norteadores da pesquisa. O presente estudo apresenta a seguinte pergunta de pesquisa: considerando que as práticas alimentares transformam-se, evoluem; é possível identificar diferenças significativas no comportamento alimentar de católicos e protestantes na sociedade contemporânea? Quanto aos objetivos, busca-se avaliar o comportamento dos consumidores cristãos, seguidores das doutrinas católica e protestantes, quanto às praticas alimentares.

Dessa forma, os procedimentos metodológicos estão dispostos a seguir abrangendo: tipo de pesquisa, variáveis de estudo, população e amostra, método de coleta de dados e método de análise dos dados.

3.1 TIPO DE PESQUISA

O tipo de pesquisa escolhido é o estudo descritivo por possuir objetivo bem definido, procedimentos formais, ser bem estruturado e dirigido à solução de problemas. Pode ser utilizado para descrever características de grupos e estimar a proporção de elementos numa população específica que tenham determinadas características, percepções ou comportamentos (MATTAR, 1993), conforme o objetivo desta pesquisa. Além disso, pretende identificar as possíveis relações existentes entre as variáveis abordadas no estudo (RAUPP; BAUREN, 2006), tal qual se objetiva nesta: verificar a relação entre as variáveis orientação religiosa (Católica e Protestante) e o comportamento alimentar (hedônico e funcional). De acordo com Triviños (1987), a exigência da delimitação precisa de técnicas, métodos, modelos ao longo da pesquisa justifica-se em virtude da validação científica do estudo.

Visto que o objetivo deste estudo é avaliar se as práticas alimentares de católicos e protestantes são significativamente diferentes, podendo classificá-los em hedônicas e funcionais, respectivamente, verifica-se que o mais adequado é o uso da pesquisa quantitativa. Os métodos quantitativos analisam os dados que estão representando, de uma forma reduzida, ou seja, através de um conjunto de variáveis, a realidade do problema ou objeto de estudo (CRESWELL, 2010).

3.2 VARIÁVEIS DO ESTUDO

Com fins de propor as variáveis a serem investigadas, o estudo utiliza-se de dados secundários. Os dados secundários incluem a pesquisa bibliográfica e documental. A primeira permite ao pesquisador o aprofundamento teórico necessário à compreensão inicial do tema, e abrange as fontes disponíveis em âmbito nacional e internacional (MALHOTRA, 2005), com o objetivo de conhecer e analisar as contribuições culturais ou científicas do passado existente sobre um determinado assunto, tema ou problema (CERVO; BERVIAN, 2002). É parte

essencial de um estudo, haja vista que é por meio dela que se toma conhecimento sobre as produções científicas existentes.

A pesquisa documental, por sua vez, trata do levantamento de dados de variadas fontes, como é o caso para os dados de caráter econômico, demográfico, etnológico, cultural e histórico. Para os fins desta pesquisa foi realizado levantamento nos dados do Censo da população brasileira realizada pelo IBGE e em pesquisas conduzidas pelo Instituto de Pesquisa Datafolha.

As variáveis utilizadas para caracterizar o comportamento dos consumidores quanto aos hábitos alimentares envolve questões relacionadas às dimensões hedônicas e funcional-utilitaristas da alimentação, conforme o quadro 1. Foram identificadas 16 variáveis a partir da literatura revisada.

Quadro 1 – Variáveis para análise do comportamento do consumidor.

| | | Questão | Código | Descrição | Fonte |
|---------------------------|---|--|---------------|--|--|
| Dimensão hedônica | 1 | Acreditar nesta doutrina religiosa aumentou minha auto-estima e satisfação com a vida. | AUTEST | Verificar a relação entre religiosidade e o bem estar dos consumidores. | MOSCHIS; SIM ONG, (2011). |
| | 2 | Gosto dos alimentos servidos diariamente em casa. | DIACASA | Identificar a transmissão intergeracional que se faz nas práticas alimentares produzidas na configuração familiar. | SPANHOL, (2004). ROSSI, (1958) apud BRAGA, (2004). |
| Dimensão hedônica | 3 | Gosto dos alimentos servidos diariamente em casa, principalmente, quando a refeição é preparada pela minha mãe, esposa ou filha. | MÃE/ESP | | |
| | 4 | No consumo dos alimentos o mais importante é o sabor. | SABOR | Verificar se dimensão hedônica é mais importante que a funcional-utilitarista no momento do consumo. | PINEYRUA, (2006). POULAIN, (2004). VON ALVESLABEN, (1997). HIRSHMAN; HALBROOK, (1982). |
| | 5 | Gosto de me alimentar sozinho. | SOZIN | Identificar se há diferenças na apreciação dos alimentos com relação ao número de pessoas. | POULAIN, (2004). FISCHLER, (1988). DAMATTA, (1984). |
| | 6 | As refeições em família são mais prazerosas | FAMIL | | |
| | 7 | As grandes reuniões familiares ocorrem sempre em volta da mesa de refeição. | MESAREF | Socialização dos indivíduos através da alimentação. | PINEYRUA, (2006). POULAIN, (2004). DAMATTA, (1984). |
| Dimensão Funcional | 8 | Acreditar nesta doutrina religiosa é importante para minha saúde e qualidade de vida. | QUALVID | Verificar a relação entre religiosidade e o bem estar dos consumidores. | MOSCHIS; SIM ONG, (2011). PACHECO, (2001). |
| | 9 | Prefiro as refeições preparadas em casa, pois são mais saudáveis que as compradas fora. | CASAUDE | Identificar as preferências alimentares em relação aos hábitos alimentares | RONDELLI, (2009). JOMORI; PROENÇA; CALVO, (2008). SOUSA, (2006). SHIU; DAWSON; |

| | | | | |
|----|---|----------|---|--|
| 10 | Como frutas, legumes e verduras, pois são fontes de vitaminas e minerais e, também, pela importância que têm no funcionamento do organismo. | FLV | saudáveis. | MARSHALL, (2004). PACHECO, (2001). |
| 11 | Na última refeição comi apenas o suficiente. | SUFIC | Verificar se a refeição ocorre apenas com a intenção de satisfazer as necessidades fisiológicas. | WEISFLOG, (2007). A BÍBLIA SAGRADA, (1999). BABIN; DARDEN, GRIFFIN, (1994). CARNEIRO, (1993). |
| 12 | Sigo uma dieta moderada durante a semana. | MOD | Identificar se o comportamento funcional, em relação à saudabilidade e conveniência, na alimentação é adotado tanto durante a semana quanto aos finais de semana. | LIMA; LIMA-FILHO, (2009). WEISFLOG, (2007). SOUZA, (2006). SHIU; DAWSON; MARSHALL, (2004). WANSINK; SONKA; CHENEY, (2002). |
| 13 | Sigo uma dieta moderada durante a semana e, também, aos finais de semana. | MODSEMP | | |
| 14 | Prefiro as comidas rápidas durante a semana. | RAPD | | |
| 15 | Prefiro as comidas rápidas durante a semana e, também, aos finais de semana. | RAPDSEMP | | |
| 16 | Uma alimentação saudável faz do indivíduo uma pessoa saudável. | SAUDAV | Verificar a percepção dos respondentes quanto ao entendimento de que os alimentos participam da construção da identidade do comedor. | POULAIN, (2004). DAMATTA, (1994). FISCHLER, (1990). |

Fonte: elaborado pela autora.

As variáveis são propostas como diferencial semântico, que consiste no respondente avaliar determinado objeto num conjunto de escalas bipolares (MATTAR, 1993), neste caso a Escala Likert de 1 (discordo totalmente) a 5 (concordo totalmente) pontos. Esta escala foi utilizada na construção do questionário na pesquisa de Babin, Darden e Griffen, (1994), cujo objetivo foi de avaliar as dimensões hedônica e funcional envolvidas no processo de “ir às compras”; os autores sugerem que o instrumento poderia ser utilizado em tantas outras situações com a finalidade de avaliar as dimensões em comportamentos, atitudes, opiniões dos indivíduos.

São propostas, ainda, questões utilizadas como filtro, ou seja, religião do respondente e tempo que é seguidor desta doutrina, além de um grupo de questões sociodemográficas, abrangendo idade, sexo e escolaridade.

Antes da aplicação dos questionários, foi realizado um pré-teste com pessoas pertencentes à população-alvo, para correção de possíveis erros e validação do questionário.

3.3 POPULAÇÃO E AMOSTRA

Para os fins da presente pesquisa são tomados como população-alvo os seguidores da doutrina Católica Apostólica Romana e de doutrinas Protestantes, dentre batistas, presbiterianos e freqüentadores da Assembléia de Deus residentes nas cidades de Aquidauana e Anastácio situadas em Mato Grosso do Sul. A escolha das duas cidades, e não de uma, justifica-se pela proximidade física destas, separadas apenas por um rio. Por isso, muitos moradores de uma cidade trabalham, estudam, alimentam-se, freqüentam igrejas na outra, como se as duas cidades formassem territorialmente uma.

De acordo com pesquisa do Instituto Datafolha (FRANCO, 2010), os católicos representam 61% e protestantes 25% da população brasileira. A população de Aquidauana é formada por 45.329 habitantes e a de Anastácio por 23.835 habitantes (IBGE, 2010). Seguindo essas proporções, o universo pesquisado apresenta cerca de 42.000 católicos e 17.000 protestantes.

Foi utilizada a técnica não probabilística de amostragem (intencional), ou seja, o investigador dirige-se intencionalmente aos membros de um grupo de elementos que compõe a amostra (MARTINS, 2009). Foram entrevistados 100 católicos e 100 protestantes, totalizando 200 questionários. Este método de amostragem é denominado amostragem estratificada desproporcional, pois não se considerou a representatividade de cada população no processo de amostragem (HAIR *et al.*, 2005).

A determinação do número de entrevistas se deu em função da orientação de Hair *et al.* (2005), ou seja, para se realizar uma análise estatística multivariada se deve amostrar no mínimo cinco vezes a quantidade de variáveis do estudo, o que, neste caso, resultaria em no mínimo 80 respondentes. Dessa forma foram entrevistadas 100 pessoas de cada doutrina, de maneira a dar uma margem de segurança, no caso de existência de casos omissos, resultando em maior segurança aos resultados da pesquisa.

Cada elemento foi escolhido dentre freqüentadores habituais dos templos das religiões pesquisadas, que fossem membros há pelo menos três anos e com idade igual ou superior a 20 anos. A opção da idade dos entrevistados é flexível em virtude das diferentes maneiras que a opção religiosa pode influenciar os fiéis em diferentes fases da vida. E, também, em decorrência da função desempenhada pela variável idade neste estudo, a identificação dos participantes. Esta não se enquadra, *a priori*, nos objetivos delimitados por esta pesquisa.

3.4 COLETA DE DADOS

A estratégia de investigação adotada é o projeto de levantamento, *survey*, ou simplesmente levantamento, para a coleta dos dados primários. O levantamento apresenta uma descrição quantitativa, numérica de opiniões, atitudes, tendências, comportamentos de uma população ao estudar uma amostra desta (CRESWELL, 2010).

Quanto à técnica de coleta de dados utiliza-se questionário estruturado não disfarçado, ou seja, as perguntas são apresentadas exatamente com as mesmas palavras, na mesma ordem a todos os entrevistados por meio da entrevista pessoal face a face realizada individualmente (MATTAR, 1993). Este método de pesquisa é considerado confiável na condução de estudos de práticas alimentares que envolvem aspectos psicológicos, fisiológicos e socioculturais (POULAIN; PROENÇA, 2003), tal qual se objetiva na presente pesquisa.

Depois de uma breve verificação com intuito de conhecer os nomes e endereços das igrejas que se enquadrariam na amostra, foram selecionadas as Igrejas Católicas: Igreja Perpétuo Socorro (Capelinha) e Igreja Matriz de Aquidauana; e as Igrejas Protestantes: Igreja Batista Boas Novas, Igreja Batista Sol da Justiça, Igreja Presbiteriana do Brasil e Igreja Assembléia de Deus.

Em cada uma das igrejas selecionadas foi realizado contato prévio com intuito de obter autorização para a execução das entrevistas ao final das reuniões/sessões. Nesta mesma oportunidade verificou-se o horário das reuniões.

Anteriormente, ficou estipulado que as entrevistas se realizariam ao final das reuniões, mas, ao realizar a primeira visita (na Igreja Assembléia), constatou-se a dificuldade de conseguir a cooperação dos entrevistados, tendo em vista que muitos dos fiéis recusavam-se a responder a entrevista por terem pressa de ir embora. Então, mudou-se a estratégia, as entrevistas passaram a ser realizadas antes do início das reuniões.

Os entrevistadores receberam orientações sobre como deveriam proceder ao longo da entrevista. Estes deveriam fazer as questões filtro e caso o respondente não se enquadrassem na amostra deveriam agradecer e encerrar a entrevista; caso contrário deveriam entregar a Escala (ANEXO A) de concordância ao respondente com fins de otimizar a entrevista. A principal orientação foi que não interferissem nas respostas; nos momentos em que os entrevistados não entendessem as afirmações não deveriam tecer comentários ou fazer explicações, apenas deveriam ler novamente a sentença. E, por fim, realizariam as questões de identificação.

Na Igreja Perpétuo Socorro (Capelinha) e na Igreja Matriz de Aquidauana a coleta foi autorizada pelos responsáveis pela sacristia; na primeira os dados foram coletados nas missas de sábado e quarta-feira às 19:00h; na segunda, nas missas do Santíssimo às quintas-feiras às 19:30h. Na Igreja Batista Boas Novas e na Igreja Batista Sol da Justiça as autorizações foram obtidas diretamente com os pastores responsáveis pelos templos, e a coleta dos dados, em ambas, deu-se nos cultos da Família realizados aos domingos às 19:00h. Na Igreja Assembléia de Deus a autorização foi obtida na secretária da igreja e a coleta dos dados realizada nos cultos: de sexta-feira às 15:30h, de terça-feira e domingo às 19:00h. Os dados foram coletados entre 16/12/2011 e 15/01/2012

3.5 MÉTODO DE ANÁLISE DOS DADOS

Na análise dos dados busca-se dicotomizar o comportamento dos consumidores em hedônicos e funcional-utilitaristas através de seus hábitos alimentares, por meio de análise multivariada dos dados, utilizando as técnicas de análise fatorial e discriminante.

O propósito da utilização da análise fatorial é encontrar um modo de condensar (resumir) a informação contida em diversas variáveis originais, em conjuntos menores de novas dimensões compostas (fatores) com perda mínima de informação. Desta forma, busca-se definir dimensões assumidas como inerentes às variáveis originais, simplificando a análise estatística a ser utilizada (HAIR et al., 2005). Na análise fatorial todas as variáveis são simultaneamente consideradas; cada uma delas é relacionada com todas as outras, empregando o conceito da variável estatística, a composição linear das variáveis (HAIR et al., 2005).

Depois de obter os dados de forma condensada, utilizou-se a análise discriminante, com o intuito de verificar quais práticas alimentares seriam capazes de significativamente diferenciar (determinar) os respondentes católicos e protestantes. A análise discriminante é aplicável em situações nas quais apenas uma variável dependente (não métrica) possibilita a classificação da amostra total em grupos (HAIR et al., 2005). Nesta pesquisa, a variável dependente é a doutrina que o respondente declara ser participante.

Manly (1986) *apud* Souki et al. (2003) acredita que o objetivo da análise discriminante é, tomando-se como base um conjunto de variáveis independentes, tornar possível a classificação de indivíduos ou casos em categorias mutuamente exclusivas. Malhotra (2005) propõe alguns objetivos da utilização desta técnica, dentre esses, afirma que

a análise discriminante pode ser usada para verificar se existem diferenças significativas entre os grupos pesquisados, como se deseja na presente pesquisa.

Um conceito importante a ser destacado acerca deste método de análise é o da correlação canônica. A correlação canônica verifica a relação existente entre os escores discriminantes e os grupos, é medida por um valor que varia de 0 a 1; assim, quanto mais próximo de 1 mais forte será a correlação; nesse sentido, salienta-se que em pesquisas desenvolvidas nas áreas de ciências humanas e sociais, como é o caso presente, considera-se dentro da normalidade que a correlação canônica apresente valores considerados baixos e medianos (HAIR et al., 2005). Isto porque, freqüentemente, tais pesquisas utilizam determinado enfoque para discriminar os grupos, uma vez que, nessas áreas de pesquisa, existe uma infinidade de outras variáveis que poderiam ser previstas pelo modelo.

4. RESULTADOS E DISCUSSÃO

4.1 PERFIL DA AMOSTRA

A pesquisa de campo entrevistou 200 respondentes, 100 Católicos Apostólicos Romanos e 100 Protestantes, conforme tabela 3. Os entrevistados Protestantes ficaram distribuídos em 41 frequentadores da Igreja Assembléia de Deus, 20 Presbiterianos e 39 Batistas. Todos os entrevistados declararam pertencer/freqüentar as respectivas religiões e denominações há pelo menos três anos.

Com relação ao tempo que os entrevistados freqüentam cada Igreja, respectivamente, é interessante ressaltar que quando inquiridos sobre o assunto a maioria era enfática em responder que pertenciam àquela religião desde criança, principalmente entre os Católicos, ou há muitos anos, alguns casos, como entre Presbiterianos, que disseram freqüentar esta Igreja há mais de 20, 30 anos.

Tabela 3 – Perfil da amostra estudada (%).

| Gênero | Católicos | Protestantes | Geral |
|---------------------|------------------|---------------------|--------------|
| Feminino | 58,00% | 53,00% | 55,50% |
| Masculino | 42,00% | 47,00% | 44,50% |
| Escolaridade | Católicos | Protestantes | Geral |
| Alfabetizado | 0,00% | 3,00% | 1,50% |
| Ensino Fundamental | 23,00% | 20,00% | 21,50% |
| Ensino Médio | 35,00% | 45,00% | 40,00% |
| Ensino Superior | 42,00% | 32,00% | 37,00% |
| Idade | Católicos | Protestantes | Geral |
| 20 a 29 anos | 18,00% | 28,00% | 23,00% |
| 30 a 39 anos | 14,00% | 24,00% | 19,00% |
| 40 a 49 anos | 18,00% | 22,00% | 20,00% |
| 50 a 59 anos | 19,00% | 11,00% | 15,00% |
| 60 anos ou mais | 31,00% | 15,00% | 23,00% |

Fonte: elaborada com base nos dados obtidos pela pesquisa de campo.

Entre os Católicos é mais acentuada a diferença percentual quanto ao sexo dos entrevistados, 58% feminino e 42% masculino. Entre os Protestantes, as mulheres representam 53% e os homens 47% do total. O nível de escolaridade apresenta maior concentração no Ensino Médio e Superior, em ambos os casos, o que representa 77% da amostra. Contudo, os Católicos apresentam maior nível de escolaridade que os Protestantes.

Quanto à idade a amostra como um todo apresenta certo equilíbrio na distribuição etária, contudo é notável que entre os Protestantes encontra-se a maior parte dos respondentes

mais jovens enquanto entre os Católicos encontra-se a maior parte dos respondentes mais velhos. No caso dos Protestantes, ocorre a maior concentração na primeira (20 a 29 anos) e segunda (30 a 39 anos) faixas etárias (52%). Por sua vez, os Católicos concentram-se entre os respondentes mais maduros, 31% encontram-se na faixa de 60 anos ou mais, este percentual somado a frequência da faixa anterior (50 a 59 anos) representa 50% dos respondentes deste grupo.

Ao examinar as notas atribuídas pelos respondentes (tabela 4), percebe-se que em um quadro geral o maior grau de concordância encontra-se nas variáveis SAUDAV e FAMIL, que representam, respectivamente, comportamento funcional e hedônico; seguidos pelas variáveis DIACASA, QUALVID e FLV, que sugerem, respectivamente, comportamento hedônico, funcional e funcional.

Tabela 4 – Notas médias.

| Variáveis | Código | Notas médias* |
|-----------|----------|---------------------|
| 16 | SAUDAV | 4,38 ^f |
| 6 | FAMIL | 4,34 ^f |
| 2 | DIACASA | 4,20 ^e |
| 8 | QUALVID | 4,16 ^e |
| 10 | FLV | 4,15 ^e |
| 1 | AUTEST | 4,12 ^{d,e} |
| 3 | MÃE/ESP | 4,10 ^{d,e} |
| 9 | CASAUDE | 4,03 ^d |
| 7 | MESAREF | 3,87 |
| 11 | SUFIC | 3,61 ^c |
| 4 | SABOR | 3,46 ^c |
| 12 | MOD | 3,26 |
| 14 | RAPD | 2,78 |
| 13 | MODSEMP | 2,53 ^b |
| 5 | SOZIN | 2,39 ^{a,b} |
| 15 | RAPDSEMP | 2,37 ^a |

Fonte:elaborada com base nos dados obtidos pela pesquisa de campo.

*Médias seguidas de mesma letra minúscula na coluna não diferem estatisticamente entre si pelo Teste de Tukey a 5% de probabilidade.

A alta nota média atribuída à variável SAUDAV¹³ vai ao encontro com as idéias de DaMatta (1994), Poulain (2004) e Fischler (1990). Para estes autores o alimento ao ser ingerido torna-se parte do indivíduo, capaz de diferenciá-lo socialmente, definir uma identidade, trazer memórias, provocar-lhe transformações em decorrência dos ritmos sociais e

¹³ Uma alimentação saudável faz do indivíduo uma pessoa saudável.

da mecânica digestiva. Assim, para os respondentes, ao seguir uma dieta saudável as pessoas tornam-se saudáveis, apontando comportamento funcional.

As variáveis FAMIL¹⁴ e SOZIN¹⁵ têm a finalidade de identificar se há diferenças na apreciação dos alimentos em virtude do número de comensais reunidos. A partir da nota média, pode-se inferir que para os respondentes é importante compartilhar a refeição em família e os mesmos acreditam que, ao estarem reunidos, as refeições tornam-se mais prazerosas e agradáveis. Percebe-se que os respondentes entendem que o ato alimentar significa mais que ingerir nutrientes e vitaminas, representa um ato social no qual as relações são tecidas e mantidas; além disso, representa convívio, identificação com os outros membros do grupo social. Neste mesmo sentido, a baixa nota da variável SOZIN sinaliza que os respondentes não gostam de realizar as refeições sem companhia, revelando, assim, para as duas variáveis, um comportamento hedônico. É importante destacar que o baixo grau de concordância obtido nesta variável, neste caso, imprime um alto padrão de comportamento hedônico dos respondentes.

Com a variável DIACASA¹⁶, que buscou identificar a transmissão intergeracional que se faz nas práticas alimentares em meio à configuração familiar, é possível identificar que os entrevistados estão satisfeitos com os alimentos servidos em casa, ou seja, aceitam os hábitos e costumes que são lhes foram transmitidos pela família e interiorizaram as práticas alimentares costumeiras da família. Este resultado corrobora as afirmativas de autores, como Poulain (2004), Poulain e Proença (2004) e Spanhol (2008), de que a refeição familiar é instituição central na sociedade, em meio a qual valores, costumes, ritos, identidade e aprendizado social são transmitidos de forma natural. Desta forma, constata-se comportamento hedônico, uma vez que a transmissão intergeracional reflete aspectos simbólicos da alimentação.

A variável QUALVID¹⁷ buscou verificar a relação entre religião e o bem estar dos consumidores. Os respondentes afirmaram que a religião que professam é muito importante para sua saúde e qualidade de vida; resultado semelhante aos de estudos conduzidos por Mochis e Sim Ong (2001), no qual a religião de um dos grupos étnicos pesquisados, os malaios, apresentou correlação significativa com saúde, e Pacheco (2001), que identificou

¹⁴ As refeições em família são mais prazerosas.

¹⁵ Gosto de me alimentar sozinho.

¹⁶ Gosto dos alimentos servidos diariamente em casa.

¹⁷ Acreditar nesta doutrina religiosa é importante para minha saúde e qualidade de vida.

relação entre os ensinamentos religiosos e a saúde. Neste sentido, o comportamento identificado é funcional.

A variável FLV¹⁸, cuja finalidade é identificar as preferências alimentares dos respondentes em relação a hábitos saudáveis, revelou comportamento funcional dos entrevistados. No Brasil, assim como nos países desenvolvidos, a dimensão funcional-utilitarista dos alimentos segue as tendências de conveniência e saudabilidade. No entanto, a saudabilidade caminha a passos menores. No estudo de Sousa (2006) foram identificados dois grupos de consumidores de alimentos voltados para saúde no Brasil, entre eles um grupo que se vale da alimentação para retardar doenças crônicas e aumentar o desempenho do organismo, geralmente pessoas mais maduras com idade superior a 50 anos, os “utilitaristas saudáveis”. O número considerável de respondentes na presente pesquisa com esta idade, 38% da amostra, que possivelmente se valem de uma alimentação saudável como os mesmos fins que os utilitaristas saudáveis acentuam a importância desta variável.

Por outro lado, as baixas notas médias das variáveis SOZIN, RAPDSEMP¹⁹, MODSEMP²⁰ e RAPD²¹ apontam comportamento hedônico da amostra. Por meio da variável MODSEMP é possível verificar que os respondentes não seguem uma dieta moderada aos finais de semana, indicando comportamento hedônico dos respondentes. Mais uma vez, percebe-se que, apesar de ser uma tendência a saudabilidade dos hábitos alimentares não é, por enquanto, uma forte expressão no Brasil.

No estudo conduzido por Sousa (2006), um dos grupos de consumidores de alimentos voltados para a saúde, os “diestéticos”, afirmou não manter, aos finais de semana, comportamento funcional, dividindo sua prioridade entre a saúde e o prazer da refeição, divergindo do hábito que praticam durante a semana. Assim, como na pesquisa de Lima e Lima-Filho (2009), no qual os seguidores das doutrinas católica e protestantes demonstraram seguir uma dieta controlada durante a semana (comportamento funcional), contudo aos finais de semana priorizam o prazer na alimentação, ou seja, adota um comportamento hedônico.

As variáveis RAPD e RAPDSEMP revelam comportamento hedônico em virtude dos baixos índices de concordância dos respondentes, ou seja, não há forte preocupação com o

¹⁸ Como frutas, legumes e verduras, pois são fontes de vitaminas e minerais e, também, pela importância que têm no funcionamento do organismo.

¹⁹ Prefiro as comidas rápidas durante a semana e, também, aos finais de semana.

²⁰ Sigo uma dieta moderada durante a semana e, também, aos finais de semana.

²¹ Prefiro as comidas rápidas durante a semana.

tempo gasto na preparação dos alimentos durante a semana, menos ainda, aos finais de semana. Possivelmente, os respondentes tenham comportamento próximo aos do grupo “gastronômicos” da pesquisa de Lucchese-Cheung e Batalha (2010), no qual seus membros priorizam mais o tempo gasto na preparação das refeições do que no próprio ato alimentar, dando maior importância ao caráter convivial das refeições. Isso também pode ser comprovado pelo alto grau de concordância com as variáveis FAMIL e MESAREF²².

Assim, as cinco primeiras variáveis representam, respectivamente, comportamento funcional, hedônico, hedônico, funcional e funcional; enquanto as variáveis com menores médias apresentam comportamento hedônico. Aparentemente, em um quadro geral, os respondentes tenderiam ao comportamento hedônico, contudo afirmações a este respeito seriam inconsistentes, neste momento, fazendo-se necessárias análises mais profundas, conforme estão propostas nos tópicos subsequentes.

4.2 DIFERENÇAS ENTRE CATÓLICOS E PROTESTANTES

Ordenando as notas médias de cada grupo, pode-se perceber diferenças nas respostas (grau de concordância) dadas por Católicos e Protestantes em relação às dimensões hedônica e funcional da alimentação. As notas médias coincidem apenas para as variáveis MESAREF, QUALVID, CASAUDE, FLV, SUFIC e RAPDSEMP. Na tabela 5, encontra-se dicotomizado o comportamento de cada um dos grupos religiosos pesquisados de acordo com o grau de concordância expresso pelos respondentes.

Para os respondentes **Católicos** a variável FAMIL aparece com a maior média ao lado da variável SAUDAV, revelando que o mais importante na avaliação dos respondentes Católicos é estar reunidos com os familiares para se alimentar, comportamento hedônico, e também ser adepto de uma alimentação saudável, comportamento funcional.

Na seqüência aparecem as variáveis FLV e DIACASA, sendo constatado, respectivamente, comportamento funcional e hedônico. A importância dada ao consumo de frutas, legumes e verduras apresentou certa diferença em relação aos grupos religiosos estudados, possivelmente devido ao maior número de respondentes Católicos que se enquadram na faixa etária acima de 50 anos (SOUSA, 2006), o que explicaria o fato de os Católicos terem dado mais importância a esta variável que os Protestantes.

²² As grandes reuniões familiares ocorrem sempre em volta da mesa de refeição.

Tabela 5 – Notas médias de Católicos e Protestantes.

| Católicos | | | | Protestantes | | | |
|-----------|----------|---------------------|-----------|--------------|----------|---------------------|-----------|
| Variável | Código | Notas médias* | Comport** | Variável | Código | Notas médias* | Comport** |
| 6 | FAMIL | 4,40 ^f | H | 16 | SAUDAV | 4,40 ^c | F |
| 16 | SAUDAV | 4,37 ^f | F | 8 | QUALVID | 4,29 ^e | F |
| 10 | FLV | 4,19 ^e | F | 6 | FAMIL | 4,28 ^e | H |
| 2 | DIACASA | 4,17 ^e | H | 2 | DIACASA | 4,24 ^{d,e} | H |
| 9 | CASAUDE | 4,15 ^e | F | 1 | AUTEST | 4,20 ^{d,e} | H |
| 3 | MÃE/ESP | 4,14 ^e | H | 10 | FLV | 4,12 ^d | F |
| 1 | AUTEST | 4,04 ^d | H | 3 | MÃE/ESP | 4,06 ^{c,d} | H |
| 8 | QUALVID | 4,03 ^d | F | 9 | CASAUDE | 3,91 ^c | F |
| 7 | MESAREF | 3,87 ^d | H | 7 | MESAREF | 3,87 ^c | H |
| 11 | SUFIC | 3,49 ^c | F | 11 | SUFIC | 3,73 ^c | F |
| 4 | SABOR | 3,31 ^{b,c} | H | 4 | SABOR | 3,61 ^{b,c} | H |
| 12 | MOD | 3,11 ^b | F | 12 | MOD | 3,41 ^b | F |
| 14 | RAPD | 2,82 | H | 14 | RAPD | 2,75 ^a | H |
| 15 | RAPDSEMP | 2,49 ^a | H | 13 | MODSEMP | 2,73 ^a | H |
| 5 | SOZIN | 2,33 ^a | H | 5 | SOZIN | 2,46 | H |
| 13 | MODSEMP | 2,33 ^a | H | 15 | RAPDSEMP | 2,26 | H |

Fonte: elaborada com base nos dados obtidos pela pesquisa de campo.

*Médias seguidas de mesma letra minúscula na coluna não diferem estatisticamente entre si pelo teste de Tukey a 5% de probabilidade.

** H – Hedônico; F - Funcional

O comportamento dos Católicos nas variáveis RAPD, RAPDSEMP, SOZIN e MODSEMP permite constatar um comportamento hedônico, pois estes não tendem a seguir uma dieta saudável ou moderada durante a semana e aos finais de semana; o tempo de preparo dos alimentos não representa um limitante nem durante a semana nem aos finais de semana; os mesmos expressam não gostar de realizar as refeições sem companhia.

Para os **Protestantes** as variáveis SAUDAV e QUALVID aparecem em primeiro lugar, revelando comportamento funcional. Assim, a saudabilidade aparece como o critério mais importante, possivelmente ligado à racionalidade dos hábitos alimentares e sinalizando que há relação entre religião e a percepção de saúde. Em seguida, aparecem as variáveis FAMIL e DIACASA, revelando o comportamento hedônico, nas duas variáveis, para os Protestantes.

O comportamento dos Protestantes nas variáveis RAPD, RAPDSEMP, SOZIN e MODSEMP permite constatar também um comportamento hedônico, por não gostarem de refeições solitárias e atribuírem grande importância ao tempo de preparo das refeições. Além disso, é possível verificar que os respondentes não seguem uma dieta moderada aos finais de semana e, também, não há grandes preocupações com a conveniência. Ressalta-se que durante

a semana (variável MOD), percebe-se maior condescendência dos Protestantes em seguir uma dieta moderada durante a semana do que entre os Católicos.

A exemplo dos Católicos, entre os Protestantes verifica-se como mais importantes tanto atributos hedônicos quanto funcionais e como menos importante (receberam as menores notas) atributos hedônicos. Contudo, ao considerar apenas a maior nota verifica-se entre os Protestantes maior inclinação ao comportamento funcional do que entre os Católicos.

4.2.1 Análise Fatorial

Para se analisar quais variáveis poderiam diferenciar entre os consumidores católicos e protestantes, foi feita primeiramente uma análise fatorial utilizando as 16 variáveis comportamentais (Quadro 1), a fim de reduzir os dados facilitando sua compreensão (HAIR et al., 2009), além de permitir verificar quantas e quais variáveis das dimensões hedônica e funcional são relevantes para os consumidores.

Feita a análise preliminar, percebeu-se que, com base nos critérios da Raiz Latente juntamente com o teste Scree (HAIR et al., 2009), o número de fatores poderia ser cinco. Mas, apesar da solução com cinco fatores apresentar todos os valores de Raiz Latente maiores que 1, diversas variáveis não tiveram nem metade de sua variância explicada, e as cargas fatoriais ficaram mal distribuídas entre os fatores, dificultando sua interpretação e tornando os resultados questionáveis, conforme sugerem Hair et al.(2009).

Sendo assim, foram selecionados sete fatores que melhor representaram as variáveis do estudo. Contudo, durante a análise, três variáveis tiveram de ser retiradas do modelo (DIACASA, MÃE/ESP e FAMIL), por apresentarem altas cargas fatoriais para mais de um fator, o que, também, torna os resultados questionáveis, segundo Hair et al. (2009). Destaca-se que carga fatorial representa a correlação entre a variável e o fator.

Dessa forma, ao examinar as cargas fatoriais para cada variável (tabela 6), é possível perceber que há uma ligação lógica entre as variáveis de cada fator, possibilitando até sua nomeação. Sendo assim, foram definidos sete fatores: Fator 1 – Refeição Doméstica, Fator 2 – Alimentação Saudável, Fator 3 – Dieta Moderada, Fator 4 – Religião e Bem Estar, Fator 5 – Alimentação Conveniente, Fator 6 – Prático e Fator 7 – Sabor.

Depois disso, foram criadas escalas múltiplas através da média aritmética das variáveis de cada fator e validadas com o Alfa de Cronbach, uma vez que todos os fatores apresentaram valores superiores ou próximos de 0,80, como recomendado por Hair et al. (2009).

Tabela 6 – Cargas fatoriais.

| Variáveis | Código | Fator 1 | Fator 2 | Fator 3 | Fator 4 | Fator 5 | Fator 6 | Fator 7 |
|-----------|----------|--------------|--------------|---------------|--------------|---------------|--------------|--------------|
| 7 | MESAREF | 0,693 | 0,168 | -0,130 | 0,053 | -0,125 | -0,121 | 0,179 |
| 9 | CASAUDE | 0,764 | 0,108 | 0,064 | 0,018 | 0,128 | -0,067 | -0,007 |
| 10 | FLV | 0,094 | 0,776 | -0,166 | 0,047 | -0,164 | 0,022 | -0,103 |
| 16 | SAUDAV | 0,115 | 0,750 | 0,087 | 0,160 | 0,157 | -0,103 | 0,139 |
| 12 | MOD | -0,099 | -0,051 | -0,868 | -0,029 | 0,089 | -0,155 | -0,043 |
| 13 | MODSEMP | 0,144 | 0,100 | -0,740 | -0,011 | 0,094 | 0,241 | 0,211 |
| 1 | AUTEST | 0,010 | 0,029 | 0,119 | 0,878 | -0,024 | 0,064 | -0,012 |
| 8 | QUALVID | 0,034 | 0,378 | -0,242 | 0,581 | -0,193 | 0,013 | 0,009 |
| 14 | RAPD | -0,068 | -0,079 | 0,045 | -0,012 | -0,751 | -0,011 | -0,050 |
| 15 | RAPDSEMP | 0,000 | 0,082 | 0,130 | 0,106 | -0,786 | 0,170 | -0,005 |
| 5 | SOZIN | -0,265 | 0,170 | 0,027 | 0,033 | -0,178 | 0,796 | 0,083 |
| 11 | SUFIC | 0,491 | -0,187 | -0,346 | 0,040 | 0,109 | 0,570 | -0,061 |
| 4 | SABOR | 0,100 | -0,012 | -0,105 | 0,026 | -0,043 | 0,038 | 0,943 |

Fonte:elaborada com base nos dados obtidos pela pesquisa de campo.

O fator 1 apresenta maior correlação com as variáveis MESAREF²³ e CASAUDE²⁴, que se referem à alimentação preparada e consumida em casa, por isso é nomeada de refeição doméstica. A primeira variável pertence à dimensão hedônica enquanto a segunda à dimensão funcional. Como há uma pequena diferença entre as cargas fatoriais das variáveis deste fator (tabela 6), não foi possível classificá-lo em hedônico ou funcional.

O fator 2 tem maior correlação com as variáveis FLV²⁵ e SAUDAV²⁶, que tratam da ingestão dos alimentos como um meio de vida saudável, portanto, denominado de alimentação saudável e é classificado como funcional.

No Fator 3 a maior correlação está nas variáveis MOD²⁷ e MODSEMP²⁸, que se refere à atitude dos consumidores no sentido de seguir uma dieta moderada durante a semana e aos finais de semana; denomina-se, então, dieta moderada. Este fator pode ser classificado como funcional.

²³ As grandes reuniões familiares ocorrem sempre em volta da mesa de refeição.

²⁴ Prefiro as refeições preparadas em casa, pois são mais saudáveis que as compradas fora.

²⁵ Como frutas, legumes e verduras, pois são fontes de vitaminas e minerais e, também, pela importância que têm no funcionamento do organismo.

²⁶ Uma alimentação saudável faz do indivíduo uma pessoa saudável.

²⁷ Sigo uma dieta moderada durante a semana.

²⁸ Sigo uma dieta moderada durante a semana e, também, aos finais de semana.

O fator 4 tem maior correlação com as variáveis AUTEST²⁹ e QUALVID³⁰, que tratam da possível relação existente entre a crença religiosa e o bem estar dos consumidores; assim, o fator foi denominado como religião e bem estar. As variáveis posicionam uma em cada dimensão, contudo em virtude das cargas fatoriais das variáveis pode-se classificá-lo como hedônico. Este fator representa uma importante característica dos grupos religiosos, uma vez que ambas variáveis constataam a relação da religião e do bem estar dos fiéis amostrados.

O fator 5 apresenta maior correlação com as variáveis RAPD³¹ e RAPDSEMP³², que se referem ao tempo de preparo das refeições; nesse sentido, é nomeado como alimentação conveniente e classificado como funcional.

No fator 6 a maior correlação está nas variáveis SOZIN³³ e SUFIC³⁴; estas variáveis mencionam uma alimentação realizada com fins práticos – sem companhia e sem exageros na ingestão, por isso o fator é denominado de prático e pode ser classificado como hedônico, mesmo que as variáveis pertençam a uma dimensão cada, mas a variável 7 (hedônica) é mais importante na construção deste fator.

Quadro 2 – Classificação dos fatores.

| FATOR | NOME DOS FATORES | DIMENSÃO |
|---------|-------------------------|------------------------|
| Fator 1 | Refeição doméstica | Fator não classificado |
| Fator 2 | Alimentação saudável | Funcional |
| Fator 3 | Dieta moderada | Funcional |
| Fator 4 | Religião e bem estar | Hedônico |
| Fator 5 | Alimentação conveniente | Hedônico |
| Fator 6 | Prático | Hedônico |
| Fator 7 | Sabor | Hedônico |

Fonte:elaborada com base nos dados obtidos pela pesquisa de campo.

E por fim, o fator 7 é denominado sabor e classificado como hedônico; está correlacionado significativamente com a variável 4, que traz a afirmativa de que o sabor é o critério mais importante observado nos alimentos na opinião dos respondentes.

²⁹ Acreditar nesta doutrina religiosa aumentou minha auto-estima e satisfação com a vida.

³⁰ Acreditar nesta doutrina religiosa é importante para minha saúde e qualidade de vida.

³¹ Prefiro as comidas rápidas durante a semana.

³² Prefiro as comidas rápidas durante a semana e, também, aos finais de semana.

³³ Gosto de me alimentar sozinho.

³⁴ Na última refeição comi apenas o suficiente.

4.2.2 Análise Discriminante

Para tornar a análise mais completa e identificar quais fatores seriam capazes de diferenciar os católicos dos protestantes, foi utilizada uma Análise Discriminante³⁵. Inicialmente, o modelo ajustado tinha como variáveis explicativas os sete fatores, mas, ao realizar a análise adotando o processo de estimação *stepwise*³⁶, os únicos fatores que tiveram significância foram: “1 – Refeição Doméstica”, “3 – Dieta Moderada” e “4 – Religião e Bem Estar”. Assim, essas três variáveis são as capazes de diferenciar os consumidores de cada religião.

A Tabela 7 apresenta o modelo ajustado. Conforme se pode ver na tabela, a função discriminante processada a partir dos fatores propostos pela análise fatorial apresenta significância de 100% (Lambda de Wilks igual a 0,899 e significância de 0,000). E resulta uma correlação canônica de 0,317, indicando que a função com os três fatores é capaz de explicar 10,05% [$0,317^2$] da variância da variável dependente.

³⁵A análise discriminante é aplicável em situações nas quais apenas uma variável dependente (não métrica) possibilita a classificação da amostra total em grupos (HAIR JR. et al., 2005).

³⁶ O procedimento *stepwise* começa com todas as variáveis excluídas do modelo e, então, seleciona a variável que: a) Mostra diferenças estatisticamente significantes nos grupos (0,05 ou menos exigido para entrada); b) Dá a maior distância de Mahalanobis entre os grupos. Esse processo continua a incluir variáveis na função discriminante desde que elas forneçam discriminação adicional estatisticamente significativa entre os grupos, além daquelas diferenças já explicadas pelas variáveis na função discriminante.

Tabela 7 – Análise Discriminante

| Ajuste geral do modelo: Funções discriminantes canônicas | | | | | | | | |
|---|-------------------------------|--------------------|---------------------------------|----------------------------|------------------------|---------------------|-----------|----------------------|
| Função | Autovalor | Função % | Cumulativo % | Correlação canônica | Lambda de Wilks | Qui-quadrado | Df | Significância |
| 1 | 0,112 | 100 | 100 | 0,317 | 0,899 | 20,863 | 3 | 0,000 |
| Função discriminante e coeficientes da função de classificação | | | | | | | | |
| variáveis independentes | Funções discriminantes | | Funções de classificação | | | | | |
| | Não-padronizado | Padronizado | católicos | protestantes | | | | |
| F1 | | -0,727 | -0,467 | 7,377 | 6,893 | | | |
| F3 | | 0,904 | 0,725 | 4,175 | 4,777 | | | |
| F4 | | 1,249 | 0,692 | 11,789 | 12,621 | | | |
| Constante | | -4,915 | | -44,948 | -48,222 | | | |
| Matriz estrutural | | | | | | | | |
| variáveis independentes | Função 1 | | | | | | | |
| F3 | 0,656 | | | | | | | |
| F4 | 0,569 | | | | | | | |
| F1 | -0,280 | | | | | | | |
| F6 ^a | 0,164 | | | | | | | |
| F2 ^a | 0,134 | | | | | | | |
| 6 ^a | -0,078 | | | | | | | |
| F5 ^a | 0,070 | | | | | | | |
| 3 ^a | 0,440 | | | | | | | |
| F7 ^a | 0,033 | | | | | | | |
| 2 ^a | 0,029 | | | | | | | |
| Médias de grupos (centróides) de funções discriminantes | | | | | | | | |
| Religião | Função 1 | | | | | | | |
| Católicos | -0,333 | | | | | | | |
| Protestantes | 0,333 | | | | | | | |

Fonte: elaborada com base dos dados obtidos na pesquisa de campo.

Esse valor pode ser considerado baixo, mas se deve ao fato de o modelo incluir somente variáveis relacionadas aos hábitos de consumo de alimentos, impossibilitando explicar um grande percentual do comportamento dos respondentes em virtude da religião deste. No entanto, é necessário salientar que a presente pesquisa desenvolve-se na área das ciências humanas, existindo, dessa forma, diversas outras variáveis não previstas no modelo que possivelmente interferiram nos resultados propostos, tais como renda e acesso a informação. Não é incomum em pesquisas nesta área se obter valores que podem ser considerados baixos ou medianos, como acontece, por exemplo, nos estudos de Gallon, Beuren e Hein (2007), Oliveira e Antonialli (2004) e Souki et al. (2003).

Além disso, o modelo também foi capaz de prever corretamente a religião dos respondentes em 59% dos casos, valor com nove pontos percentuais a mais que o critério da chance máxima sugerido por Hair et al. (2009) e que fica na média de estudos semelhantes, como aqueles citados anteriormente.

Em relação aos três fatores presentes no modelo, os coeficientes padronizados indicam o impacto de cada variável sobre a função. Sendo assim, o fator 3 (Dieta Moderada) é o que mais diferencia os consumidores católicos dos protestantes, seguido pelo fator 4 (Religião e Bem Estar) e, finalmente, o fator 1 (Refeição Doméstica). O sinal negativo do coeficiente do fator 1 indica que este quesito é mais importante para os católicos do que para os protestantes.

Conforme a tabela 7, o fator 3 (Dieta Moderada) é a dimensão mais importante para diferenciar os Católicos dos Protestantes. Ou seja, o comportamento de Católicos e Protestantes diferencia-se, principalmente, no que se refere à disposição dos fiéis em seguir uma dieta moderada. Uma dieta moderada propõe para a doutrina protestante, conforme a Bíblia Sagrada (1999) uma alimentação sem exageros, evitando a bebedice e a glotonaria. Assim, os protestantes apresentam maior relação com a dimensão funcional da alimentação; percebe-se, dessa forma, que há relação entre os ensinamentos religiosos e a preocupação com hábitos alimentares saudáveis.

Na doutrina protestante o indivíduo mantém um relacionamento com Deus sem intermediários, portanto, deve levar as práticas cotidianas de maneira racional como meio de glorificar a Deus. Na alimentação, tal racionalidade pode ser traduzida como a preocupação com questões nutricionais e praticidade, por exemplo (WANSINKA; SONKA; CHENEY, 2011). Por outro lado, os católicos são intermediados no relacionamento com Deus pelo sacerdote, que pode perdoar pecados a ele confessados e amenizar o medo em relação à

salvação e a fé. Desta forma, haveria condescendência em relação a uma conduta assistemática, inclusive na alimentação.

Carneiro (2003) aponta o importante papel das religiões em relação à alimentação; para o autor em meio aos ensinamentos religiosos estariam a disciplina e o autocontrole, empregados nas técnicas de jejuns, que se prolongariam às demais atividades alimentares. Possivelmente, encontra-se mais presente entre os protestantes a disciplina e o autocontrole, o que explicaria a maior importância dada a este fator. Outra explicação seria a relação existente entre ensinamentos religiosos e práticas alimentares debatida no estudo de Pacheco (2001).

O fator 4 (Religião e Bem Estar), classificado como hedônico, também foi considerado mais importante por respondentes protestantes. Neste ponto os entrevistados opinaram acerca da possível relação entre a Autoestima e Satisfação com a Vida e a Religião; e entre Saúde e Qualidade de vida e a Religião; em ambas percebeu-se que os protestantes dão maior importância que os católicos, principalmente, aos atributos saúde e qualidade de vida (funcional).

A significância do fator 4 mostra que existe uma importante relação entre os ensinamentos religiosos e o bem-estar dos fiéis, como ficou confirmado na pesquisa conduzida por Mochis e Sim Ong (2001) com diferentes grupos étnicos; naquele estudo verificou-se a) a existência de relação entre religião e as variáveis de bem-estar do fiel e b) que a relação com saúde depende da religião entrevistados. Pacheco (2001) também constatou a relação entre os ensinamentos religiosos e saúde ao estudar Adventistas de diferentes grupos econômicos.

Como o bem estar é visto tanto pela ótica hedônica (relação entre religião e satisfação com a vida e autoestima) quanto pela utilitarista (saúde e qualidade de vida), pode-se concluir que a religião é importante nas dimensões hedônicas e funcionais do bem estar do respondente para os dois grupos religiosos. Contudo, tanto para Católicos quanto para Protestantes, a religião é mais impactante na satisfação com a vida e na auto-estima (dimensão hedônica). Esse resultado é semelhante ao encontrado por Mochis e Sim Org (2011), que as pessoas mais religiosas são mais felizes e tem autoestima mais elevada.

Por último, o fator 1 (Refeição Doméstica), que não pode ser classificado, é apresentado como mais importante para os respondentes Católicos. Estes dão maior importância que os protestantes às refeições em família, ao caráter convival das refeições, tal qual na pesquisa de Pineyrua (2006), onde os respondentes valorizavam as refeições realizadas com a família e amigos. Destaca-se, também, no contexto católico, a valorização da

refeição familiar enquanto instituição; nela os valores e crenças são transmitidos e interiorizados de forma natural (SPANHOL, 2008).

Em suma, a análise discriminante mostra que o comportamento de Católicos e Protestantes é significativamente diferente; distinguem-se na ordem de relevância atribuída aos fatores e, principalmente, quanto às dimensões/fatores: “Dieta Moderada”, “Religião e Bem Estar” e “Refeições Domésticas”, sendo que o fator que mais os diferencia é funcional e é mais importante para os Protestantes. Dessa forma, é possível concluir que há maior relação entre catolicismo e hedonismo e, protestantismo e funcionalismo. Contudo, não é possível afirmar que o comportamento de Católicos seja puramente hedônico e o de Protestantes funcional.

De posse dos resultados da análise discriminante é possível fazer uma análise mais apurada do perfil da amostra, a fim de salientar as características predominantes naqueles respondentes que apresentaram maior grau de concordância com os fatores que melhor discriminam Católicos e Protestantes. Para isso foi realizado o cruzamento dos dados oriundos da tabela 7, na qual se verificou os fatores com maior capacidade de diferenciar Católicos e Protestantes, e da tabela 3 onde os grupos religiosos foram caracterizados de acordo com idade, sexo e escolaridade; como pode ser percebido na tabela 8.

Tabela 8 – Perfil da amostra segundo fatores discriminantes.

| Sexo | Católicos | | | Protestantes | | |
|--------------|--------------|--------------|-----------------|--------------|--------------|-----------------|
| | Feminino | Masculino | | Feminino | Masculino | |
| Fator 1* | 84,48% | 61,90% | | 71,70% | 76,60% | |
| Fator 3* | 96,55% | 95,24% | | 98,11% | 97,87% | |
| Fator 4** | 10,34% | 21,43% | | 18,87% | 14,89% | |
| Escolaridade | Fundamental | Médio | Superior | Fundamental | Médio | Superior |
| Fator 1* | 82,61% | 60,00% | 83,33% | 82,61% | 62,22% | 84,38% |
| Fator 3* | 100,00% | 91,43% | 97,62% | 100,00% | 97,78% | 96,88% |
| Fator 4** | 13,04% | 22,86% | 9,52% | 4,35% | 15,56% | 28,13% |
| Idade | 20 a 39 anos | 40 a 49 anos | 50 anos ou mais | 20 a 39 anos | 40 a 49 anos | 50 anos ou mais |
| Fator 1* | 75,00% | 88,89% | 70,00% | 67,31% | 63,64% | 96,15% |
| Fator 3* | 96,88% | 94,44% | 96,00% | 96,15% | 100,00% | 100,00% |
| Fator 4** | 15,63% | 38,89% | 6,00% | 25,00% | 18,18% | 0,00% |

Fonte: Elaborado pela autora.

* Percentual de respondentes que concordam com o Fator.

** Percentual de respondentes que concordam totalmente com o Fator.

O fator 1 – Refeição Doméstica, considerado mais importante por Católicos do que por Protestantes (tabela 7), quanto ao sexo, entre os Católicos, obteve maior concordância entre as respondentes mulheres, 84,48% das entrevistas concordaram com este fator e, apenas, 15,52% não concordaram; entre os Protestantes, os homens demonstraram maior nível de aceitação para o fator, 76,60%. Quanto à escolaridade, o maior percentual de concordância encontra-se nos respondentes com educação superior, tanto para Católicos (83,33%) quanto para Protestantes (84,38%). E com relação à idade, entre os respondentes católicos, àqueles que atribuíram maior concordância ao fator (88,89%) tem entre 40 a 49 anos; os protestantes, por sua vez, encontram-se na faixa de 50 anos ou mais, com o valor de 96,15%.

O fator 3 – Dieta Moderada, considerado mais importante para Protestantes do que para Católicos é também o fator com maior capacidade de distinguir os dois grupos (tabela 7), quanto ao sexo, obteve maior concordância entre as mulheres em ambos os grupos – Católicos com 96,55% e Protestantes 98,11%; em relação à escolaridade, a aceitação foi a maior possível para os respondentes com educação fundamental, 100% para os dois grupos. E quanto à idade, para os Católicos, a concordância esteve próxima nas três faixas de idade, principalmente, entre a faixa etária mais jovem (96,88%) e a mais madura (96,00%), entre os Protestantes a aceitação do fator foi a máxima possível (100%) para os respondentes com idade igual ou superior a 40 anos (40 a 49 anos e 50 anos ou mais).

No fator 4 – Religião e Bem Estar, também considerado mais importante para Protestantes do que para Católicos (tabela 7), em relação ao sexo, verificou-se maior concordância entre os homens católicos, 21,43%, e as mulheres protestantes, 18,87%; quanto à escolaridade, a maior concordância, para os católicos, esteve entre os respondentes com ensino médio (22,86%), enquanto os protestantes com ensino superior atribuíram maior aceitação ao fator (28,13%). E a respeito da idade, os respondentes católicos que mais concordaram (38,89%) com este fator foram aqueles com idade entre 40 e 49 anos, e com idade entre 20 e 39 anos encontram-se os protestantes que concordaram em maior percentual, 25,00%. Ressalta-se que este fator apresenta valor de concordância bem inferior aos anteriores, por se tratar do percentual daqueles respondentes que concordaram totalmente com o fator, enquanto os demais fatores consideraram as respostas concordo e concordo totalmente. Tal diferenciação fez-se necessário, uma vez que, para este fator, quase todos os respondentes concordaram (ou concordaram totalmente) com este. Lembrando que a pesquisa de campo foi realizada utilizando a Escala Likert de 5 pontos, na qual 1 corresponde a discordo totalmente e 5 concordo totalmente.

Dessa forma, pode-se inferir que: o fator 3 (Dieta Moderada) foi considerado mais importante por mulheres protestantes, com ensino fundamental e idade igual ou superior a 40 anos; o fator 4 (Religião e Bem Estar), em um quadro geral, obteve maior concordância entre os protestantes, contudo separadamente foi mais importante para homens católicos, com educação de nível médio e idade que varia de 40 a 49 anos; e por fim, o fator 1 (Refeição Doméstica) foi mais bem aceito por mulheres católicas, com ensino superior e com idade entre 40 e 49 anos. Corroborando, assim, com os resultados apresentados pela análise discriminante, de que existe maior relação entre catolicismo e hedonismo e, protestantismo e funcionalismo, pois o fator 3, que mais os distingue, é funcional e mais importante entre os protestantes, e o fator 1, mais relevante para católicos (tabela 7) e hedônico, foi mais comum entre os católicos.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Com o objetivo de avaliar a perspectiva de Weber (1905/1987) de que Católicos adotam comportamento hedônico enquanto Protestantes apresentam comportamento funcional-utilitarista, proposta no final do século XIX e início do século XX, a pesquisa levantou o seguinte problema de pesquisa: considerando que as práticas alimentares transformam-se, evoluem; é possível identificar diferenças significativas no comportamento alimentar de católicos e protestantes na sociedade contemporânea?

O método empregado foi pesquisa descritivo-quantitativa, por meio de entrevista pessoal individual, tomando por população-alvo os seguidores da doutrina Católica Apostólica Romana e de doutrinas Protestantes, dentre batistas, presbiterianos e freqüentadores da Assembléia de Deus, com idade igual ou superior a 20 anos e freqüentador dos respectivos templos há, pelo menos, três anos, residentes nas cidades de Aquidauana e Anastácio situadas em Mato Grosso do Sul. A técnica utilizada foi amostragem intencional, sendo entrevistados 100 católicos e 100 protestantes, totalizando 200 entrevistas. A análise dos dados deu-se em duas etapas: na primeira utilizou-se análise fatorial, com o intuito de resumir os dados para a segunda etapa e nesta adotou-se a análise discriminante com o objetivo de verificar diferenças significativas no comportamento alimentar dos grupos pesquisados.

Para a população pesquisada foram propostas 16 variáveis e, posteriormente, sumariadas em 7 fatores. Ao dicotomizar o comportamento dos respondentes em hedônico ou funcional, em um quadro geral constatou-se que o comportamento hedônico é mais expressivo que o funcional. O primeiro foi apontado em 4 dos 7 fatores, sendo que um dos fatores [fator 1] apresentados não pode ser dicotomizado, pois as variáveis que obtiveram maior correlação com este pertencem uma a cada dimensão de comportamento; e também, as cargas fatoriais das variáveis apresentaram valores muito próximos o que impossibilitou a classificação do fator (quadro 2).

A partir da análise dos dados coletados é possível afirmar que existem diferenças significativas no comportamento de Católicos e Protestantes. Foi possível constatar esta diferença por meio de análise discriminante. Nesse sentido, verificou-se:

- a) que existem três fatores considerados distintivos para os grupos (Dieta Moderada; Religião e Bem Estar; Refeições Domésticas), sendo que os Protestantes deram mais importância ao atributo funcional (àquele com a maior capacidade de distinguir os grupos) do que os Católicos (tabela 7). A principal diferença entre o comportamento de Católicos

- e Protestantes encontra-se, na disposição dos fiéis em seguir uma dieta moderada, ou seja, o fator com maior capacidade de diferenciá-los [fator 3] refere-se a um atributo funcional da alimentação. Sendo que para os Protestantes é mais importante seguir uma dieta moderada, principalmente durante a semana;
- b) também no fator 4, Religião e Bem Estar, os Protestantes atribuíram maiores notas as variáveis deste fator do que os Católicos, principalmente no que tange a relação da religião com a saúde e qualidade de vida (variável funcional);
 - c) os Católicos, por sua vez, deram mais importância do que os Protestantes ao fator “Refeições Domésticas”, que aborda o caráter convival das refeições, a socialização dos indivíduos por meio da alimentação e a preferência das refeições realizadas em casa.

Com a análise das notas médias (tabela 5) foi possível constatar: a) que o comportamento de Católicos e Protestantes foi considerado hedônico para a maioria das variáveis, ou seja, ambos apresentam comportamento essencialmente hedônico; b) para Católicos a variável mais importante é hedônica e para Protestantes a mais importante é funcional; e c) das 6 variáveis classificadas como funcionais, em quatro os Protestantes atribuem notas maiores do que os Católicos, expressando assim, a maior disposição dos protestantes em seguir uma dieta funcional-utilitarista.

O objetivo da pesquisa, avaliar o comportamento dos consumidores cristãos, seguidores das doutrinas católica e protestantes, quanto às práticas alimentares, foi alcançado. Ao se tomar as notas médias de católicos e protestantes (tabela 5), é possível constatar que a importância dada por cada grupo a cada uma das 16 variáveis é significativamente diferente. Quanto à orientação de consumo dos alimentos em relação às dimensões hedônica e funcional percebe-se que todos os respondentes apresentam comportamento, essencialmente, hedônico. Das 16 variáveis orientadas ao consumo, foi verificado comportamento hedônico em 10. Por fim, verificou-se se o pressuposto de Weber (1905/1987) pode ser aplicado à sociedade contemporânea.

O estudo pressupõe que é válido, na sociedade contemporânea, em relação às práticas alimentares, o que sugere Weber (1905/1987) – que Católicos têm um comportamento hedônico-social e Protestantes adotam comportamento utilitário-funcionalista. Contudo, não é possível validar este pressuposto, pois, apesar do comportamento diferente e distintivo de Católicos e Protestantes, em certos pontos o comportamento dos grupos segue a mesma orientação na maior parte da análise dos dados. Ou seja, além do comportamento esperado

para ambos, conforme o pressuposto do estudo, foi verificado comportamento funcional em Católicos e hedônico em Protestantes.

Conforme Poulain (2004), a construção das práticas alimentares está relacionada à cultura religiosa, principalmente, entre outros fatores, ao que tange às práticas hedônicas na alimentação. As raízes culturais e históricas do povo brasileiro estão entremeadas pelo catolicismo, em decorrência da colonização que o país sofreu, na qual os portugueses implantaram incisivamente a sua religião, o catolicismo. Este fato confirma-se ao analisar o histórico das religiões Católica e Protestantes (tabela 1); em 1940, o Catolicismo representava 95% da população brasileira, apenas entre os anos 1980 e 1991 a supremacia católica em número de fiéis começa esboçar alguma ruptura; mas até esse ponto já se foram quase 500 anos de ensinamentos religiosos difundidos e interiorizados, tornando-os muito mais parte da cultura nacional do que ligada a cultura religiosa católica.

O caráter, em sua maioria, hedônico das práticas alimentares da população brasileira, constatados nesta pesquisa corrobora a afirmativa de Leonardo (2009), Poulain (2004) e DaMatta (1984). Para Leonardo (2009) na alimentação brasileira enfatiza-se mais o prazer de comer do que o valor nutritivo dos alimentos, ou seja, os comensais durante uma refeição buscam o prazer, o sabor, o gosto dos alimentos e não aquilo que representam nutricionalmente. Os autores Poulain (2004), DaMatta (1984) enfatizando o caráter convival da alimentação no Brasil acreditam que por meio desta pode-se até criar laços de parentescos semelhantes aos de origem (POULAIN, 2004), e também, que o fato da cultura nacional ser extremamente relacional reflete nas práticas alimentares, assim os indivíduos procuram realizar as refeições acompanhados de amigos e familiares (DAMATTA, 1984).

Em suma, não se pode afirmar categoricamente que Católicos são hedônicos e que Protestantes são funcionais, pois também, foi verificado comportamento hedônico em Protestantes e comportamento funcional em Católicos; neste caso, tal como é salientado pelos autores Babin, Darden e Griffin (1994), as dimensões hedônico e funcional não são excludentes, podem ser complementares em certos pontos. Contudo foi possível constatar que, comparando os dois grupos religiosos, existe maior relação entre Católicos e hedonismo e entre Protestantes e funcionalismo. Pois apesar de ambos apresentarem principalmente comportamento hedônico, os grupos diferenciam significativamente em relação aos atributos funcionais, e neste ponto tais atributos são mais valorizados pelos Protestantes. Católicos priorizam mais que Protestantes o caráter convival das refeições, as reuniões familiares e as refeições preparadas e consumidas em casa. Protestantes primam mais que os Católicos por

uma dieta moderada, ingestão de alimentos e hábitos que levem a uma vida mais saudável. Além disso, há uma forte relação entre religião e bem estar, como constatado entre os Adventistas por Pacheco (2001) e nos grupos étnicos estudados por Mochis e SinOng (2010).

Acredita-se, em virtude dos resultados da presente pesquisa que o pressuposto não pode ser validado porque as práticas alimentares evoluem (POULAIN, 2004; CORBEAU, 1997; MACIEL, 2005). Maciel (2005) propõe que as práticas alimentares estão sujeitas a constantes transformações por se tratarem de referenciais identitários, que por sua vez diz respeito ao coletivo que vive em um ciclo de reconstrução. Conforme Mintz (2001), a cultura alimentar forma-se pelas raízes históricas de um povo, pelos hábitos cotidianos e pelos novos hábitos decorrentes do processo de homogeneização e massificação do consumo. Ressalta-se que os Protestantes, além das raízes históricas advindas da cultura católica portuguesa, foram expostos a transmissão da cultura da racionalização protestante na implantação desta religião no país por norte-americanos e ingleses. Silva (2003) afirma que a população imigrante procura desenvolver as atividades no novo território semelhantemente daquela ocorrida no local de origem; em geral, as populações ao se deslocarem trazem consigo costumes e hábitos alimentares, que seria um gerador de *habitus* [Bourdieu (1996)] distintos entre os grupos religiosos atualmente.

Para Durkheim (1894/2007) a sociedade é soberana sobre o indivíduo e esta relação pode ser explicada pelo fato social, que se refere aos meios de agir e pensar externos ao indivíduo que o influenciam coercitivamente. Existe uma solidariedade do estado de consciência comuns à maior parte dos membros de uma mesma sociedade, uma moral social, que determina o que é aceitável ou não, que exerce vigilância sobre a conduta do cidadão, reprime e aplica sanções aos atos considerados ofensivos por esta consciência coletiva (DURKHEIM, 1894/2007).

Durkheim (1912/2000) salienta que a religião e seus dogmas representam um dos meios sociais no qual o comportamento do indivíduo, quanto ao pensar e ao agir, é influenciado coercitivamente pelo comportamento coletivo, ou seja, a maneira de pensar (crenças) determina como os fiéis irão se comportar, agir (ritos). Durkheim propõe que religião é “[...] um sistema solidário de crenças e de práticas relativas a coisas sagradas, isto é, separadas, proibidas, crenças e práticas que reúnem numa mesma comunidade moral, chamada igreja, todos aqueles que a elas aderem.” (p.32). Na igreja compartilham-se crenças e ritos, pelos quais os indivíduos sentem-se ligados a uma fé em comum e também, por representarem da mesma maneira o mundo sagrado (DURKHEIM, 1912/2000).

Nesse sentido, cada Igreja propõe de uma maneira o sagrado e o profano, em uma comunidade moral e solidária, assim membros de diferentes Igrejas tendem a apresentar comportamentos distintos. É neste contexto que Max Weber desenvolve uma de suas principais obras, “A ética protestante e o espírito do capitalismo” (1905/1987), na qual observou o fenômeno das peculiaridades mentais e emocionais adquiridas pela religião influenciando o modo de vida de católicos e protestantes. O autor notou que o comportamento dos fiéis de cada uma dessas religiões diferenciava-se em muitos aspectos, dentre eles, educação, escolha da profissão, mercado de trabalho, lazer, acumulação de capital, alimentação e, principalmente, em relação às idéias de vocação e salvação.

Quanto à salvação, os protestantes guiados pela liturgia de João Calvino (1509-1564) e Martinho Lutero (1483-1546) entendiam que a relação entre o homem e Deus seria individual e pessoal, ou seja, realizada sem intermediários, assim cada um dos fiéis seria responsável pela conquista e manutenção de sua salvação; e adquirir a certeza de sua salvação exigiria do fiel uma conduta estrita, reta, longe dos prazeres mundanos, diferente do homem natural, o que direcionou o planejamento racional do comportamento do indivíduo em inúmeros aspectos de sua vida. Os Católicos, por outro lado, em conformidade com os sacramentos da doutrina Católica Apostólica Romana, tinham seus pecados perdoados e atingiriam o estado de graça por meio de sacramentos mágicos, confissão e boas obras individuais. O relacionamento com Deus era intermediado pelo sacerdote (padre) que concedia perdão de pecados e redenção, ou seja, o fiel estava certo de sua salvação independente da conduta em vida (WEBER, 1905/1987).

A idéia de vocação, conforme Weber (1905/1987) conferiu sentido religioso às atividades seculares diárias. Foi amplamente difundida nas denominações protestantes. Para os protestantes a vocação representaria o cumprimento das atividades seculares de maneira inteiramente ética e como a única forma de vida aceitável por Deus; assim, o afincamento às atividades seculares seria um meio de glorificar a Deus. Enquanto entre os católicos a idéia de vocação foi rejeitada pela Igreja. Para os Católicos o trabalho distancia o homem de Deus, as atividades seculares tratavam-se apenas um meio de sobrevivência, distante das pretensões de acumulação e aquisição do capital; assim, uma conduta assistemática do ponto de vista ético seria aceitável (WEBER, 1905/1987).

Para Weber (1905/1987) de um lado estão Católicos (hedônicos) como uma vida menos regrada que lhes permita desfrutar dos prazeres mundanos sem temer a condenação; e opondo-se a este comportamento, estão os protestantes (funcionalistas) cuja conduta

racionalizada como um todo representa um meio de glorificar a Deus e garantir salvação e redenção.

Pelo que foi exposto até o momento, pela literatura proposta, pela pesquisa de campo e os resultados obtidos, no presente estudo pode-se identificar a aplicabilidade das idéias Marxistas de desenvolvimento e desalienação social, principalmente no que se refere ao Materialismo Histórico por meio da 2ª Lei da Dialética. O Materialismo histórico estuda as leis sociológicas que caracterizam a vida da sociedade, da sua evolução histórica e da prática social dos homens no desenvolvimento da humanidade; ressalta a força das idéias capaz de introduzir mudanças nas bases econômicas que as gerou. A 2ª Lei da Dialética, Lei da Unidade e da Luta dos contrários, propõe que no desenvolvimento existem elementos chamados contrários, interagindo em permanente contradição, na dita luta dos contrários, a contradição é a forma genuína do movimento, da transformação dos fenômenos, até que os opostos interpermeiam-se formando uma identidade (TRIVIÑOS, 1987).

A maneira de perceber as doutrinas dogmáticas coloca católicos e protestantes em lados opostos, não apenas nos aspectos concernente a vida religiosa, mas, também, em outros pontos, destacando-se a atitude e o posicionamento de cada uma das doutrinas e dos respectivos fiéis em relação ao capital e ao trabalho. Caracterizando a Luta dos Contrários, Weber (1905/1987) cita: “[...] E o Catolicismo vê, até os dias de hoje, o calvinismo³⁷ como seu real oponente [...]” (p.38). Por um lado, conforme explicita a teoria Weberiana, na visão do catolicismo, as atividades capitalistas de aquisição eram apenas toleradas em virtude das necessidades pessoais e a religião apresenta-se como um meio de afastar o homem do trabalho; por outro, entre os protestantes prevalecia a idéia de uma vida abnegada ao trabalho e à multiplicação do capital – entendiam que o correto era evitar os gastos desnecessários e ostentação.

Por meio da Luta dos Contrários, entre católicos e protestantes, ocorre a mudança de mentalidade da sociedade do início do século XX acarretando transformações na base econômica, assim como sugere a proposição Marxista do Materialismo Histórico. Em princípio, sob os dogmas Católicos vive-se de um capitalismo brando, pouco competitivo, no qual a despeito dos aspectos objetivos do processo econômico os meios de trabalho eram tradicionais desenvolvidos apenas para sobrevivência, à margem de lucro. Passa-se, então, impulsionado pela Reforma Protestante, para um capitalismo competitivo, cujos meios realiza o processo de sobrevivência econômica dos mais aptos.

³⁷Calvinismo é uma das vertentes do Protestantismo, que data da Reforma.

Portanto, em um contexto social pode-se concluir que os opostos Católicos e Protestantes interpermeiam-se nos dias contemporâneos na população estudada, em relação aos hábitos alimentares, pois Católicos e Protestantes encontram-se unidos por tradições sociais brasileiras, segundo Santos (2005).

O estudo é relevante, em primeiro lugar, por abordar práticas e comportamento do consumidor de alimentos por meio de conhecimentos não apenas do marketing, mas principalmente, daqueles advindos da história da alimentação, da sociologia e da antropologia. Depois, porque em geral os estudos que abordam a influência da religião sobre o comportamento do consumidor examinam a relação entre os consumidores mais ou menos religiosos e seu comportamento ou comparam o comportamento dos consumidores em diferentes culturas ou países (MOSCHIS; SIM ONG, 2011). Essa pesquisa comparou o comportamento de consumidores de uma mesma nacionalidade, nas cidades de Aquidauana e Anastácio em Mato Grosso do Sul, com orientações religiosas distintas; isolando assim, os fatores “menos religiosos” e “país”, ou seja, comparou-se o comportamento de pessoas religiosas Católicas e Protestantes de uma mesma nacionalidade.

E também, por perceber que o pressuposto de Weber (1905/1987), concebido no final do século XIX e início do século XX, junto à população alemã, não se aplica nos dias atuais e para a população brasileira, uma vez que as diferenças comportamentais envolvendo as práticas alimentares já não são tão evidentes entre católicos e protestantes. Possivelmente porque além das escolhas dos indivíduos estarem submetidas à simbologia cultural classificatória dos alimentos dentro da sociedade, as práticas alimentares evoluem em virtude das necessidades habituais da sociedade contemporânea e dos hábitos advindos da globalização.

Como limitantes a pesquisa apresentou a falta de financiamento para o desenvolvimento da pesquisa de campo e, conseqüentemente, pelo número de entrevistadores para realizar os 200 questionários propostos pelos procedimentos metodológicos. E principalmente, pela dificuldade de encontrar os indivíduos da amostra, pois em sua maioria, os fiéis chegavam praticamente no início das reuniões e ao término iam embora rapidamente sem que fosse possível aplicar o questionário. Desta forma, em cada visita às igrejas foi possível aplicar, em média, 5 questionários por entrevistador.

Sugere-se para estudos futuros que diferente de tratar as práticas alimentares destes grupos categorizando-os dicotomicamente, seria interessante classificar o comportamento dos grupos na estrutura de Von Alvensleben (1997) [figura 3], na qual é proposta uma classificação

que abrange a orientação a uma alimentação saudável e uma alimentação conveniente concomitantemente.

BIBLIOGRAFIA

AAKER, D.A; KUMAR, V; DAY, G.S. **Pesquisa de marketing**. São Paulo: Atlas, 2001.

A BÍBLIA SAGRADA. **Traduzida em português por João Ferreira de Almeida**. 2 ed. Barueri: Sociedade Bíblica Brasileira, 1999.

ALVES, J.E.D. A democratização religiosa no Brasil. **Cidadania & meio ambiente: caminhando junto com a sociedade**. [S.I], 08. jul. 2010. Disponível em <<http://www.ecodebate.com.br/2010/07/08/a-democratizacao-religiosa-no-brasil-artigo-de-jose-eustaquio-diniz-alves/>> Acesso em: 15 mai. 2011.

AMORA, A.A. **Minidicionário Soares Amora da língua portuguesa**. São Paulo: Saraiva, 1997.

ANDRADE, D. M.; OLIVEIRA, J. L. R.; ANTONIALLI, L. M. O perfil de clientes de um *shopping center*: um estudo exploratório com consumidores do interior. **Organizações Rurais e Agroindustriais**, v. 6, n. 2, p. 91-105, 2004.

ARNOULD, E. J; THOMPSON, C.J. Consumer culture theory (CCT): twenty years of research. **Journal of Consumer Research**, [S.I], v.31, n.4, p. 1-15, Mar. 2005.

BABIN, B. J; DARDEN, W. R; GRIFFIN, M. Work and/or fun: measuring hedonic and utilitarian shopping value. **Journal of Consumer Research**, [S.I], v.20, p. 642-656, Mar. 1994.

BÍBLIAONLINE. **Levítico 11**. Disponível em: <<http://www.bibliaonline.com.br/acf/lv/11>> Acesso em: 16 de jul. 2012

BLACKWELL, R. D; MINARD, P. W.; ENGEL.J.F. **Comportamento do consumidor**. 9.ed. Rio de Janeiro: Cengage Learning, 2011.

BLEIL, S. I. O padrão alimentar ocidental: considerações sobre a mudança de hábitos no Brasil. **Caderno de Debates**, v. 6, p.1-25, 1998.

BRAGA, V. Cultura alimentar: contribuições da antropologia da alimentação. **Saúde em Revista**, Piracicaba, v. 16, n. 13, p. 37-44, 2004.

BRASIL ESCOLA. **A definição de ação social de Max Weber**. Disponível: <<http://www.brasilecola.com/filosofia/a-definicao-acao-social-max-weber.htm>> Acesso em: 31 ago. 2012.

BRASIL ESCOLA. **Durkheim e o Fato Social**. Disponível em: <<http://www.brasilecola.com/sociologia/durkheim-fato-social.htm>> Acesso em: 24 set. 2012.

CARNEIRO, H. **Comida e sociedade: uma história da alimentação**. 3. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2003.

CERQUEIRA-SANTOS, E.C; KOLLER, S.H; PEREIRA, M.T.L.N. Religião, saúde e cura: um estudo entre neopentecostais. **Psicologia Ciência Profissão**. Brasília, v. 24, n.3, p. 82-91, set. 2004.

CERVO, A. L.; BERVIAN, P. A. **Metodologia científica**. 5. ed. São Paulo: Prentice Hall, 2002.

CRESWELL, J. W. **Projeto de pesquisa: métodos qualitativos, quantitativos e mistos**. 3. ed. Porto Alegre: Artmed, 2010.

DANIEL, J.M.P; CRAVO, V.Z. Valor social e cultural da alimentação. In: CANESQUI, A.M. (org). **Antropologia e nutrição: um diálogo possível**. Rio de Janeiro: Fiocruz, 2005. cap. 3, p.56-68.

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

DIAS, S. I. S. Comunicação Oral, Marx, Weber e Durkheim : diferentes abordagens na compreensão da sociedade. In: II Encontro Científico e Cultural FAG/ FAQ/ DB – FAG, 2., 2004, Cascavel. **Anais...**Cascavel: FAG, 2004.

DURKHEIM, E. **As regras do método sociológico**. 3 ed. São Paulo: Martins Fontes, 1894/2007.

DURKHEIM, E. **As formas elementares da vida religiosa: o sistema totêmico na Austrália**. São Paulo: Martins Fontes, 1912/2000.

DURKHEIM, E. **Da divisão do trabalho social**. In GIANOTTI, José A. Coleção Os pensadores. São Paulo, Abril cultural, 1893/1978.

FIGUEIROA, D. Padrões alimentares: da teoria à prática – o caso do Brasil. **Revista de Humanidades**, Caiacó, v. 4, n. 9, p. 104-114, fev./mar. 2004.

FISCHLER, C. Food, Self and Identity” In: **Social Sciences Information**, [S.I], v. 27, n.2. p. 92-275, 1988

FOXALL, G.R; YANI-DE-SORIANO, M. M. Situational influences on consumers’ attitudes and behavior. **Journal of Business Research**, [S.I], v. 58, n.4, p.5128-525, 2005.

FRANCO, B.M. Presidenciáveis disputam voto evangélico. **Folha.com**. São Paulo, 26 jun. 2010. Disponível em:<<http://www1.folha.uol.com.br/folha/brasil/ult96u725952.shtml>> . Acesso em: 02 jun 2011.

FREITAS, M.C.S; PENA, P.G.L. Segurança alimentar e nutricional: a produção do conhecimento com ênfase nos aspectos da cultura. **Revista de Nutrição**, Campinas, v.20, n. 1, p. 69-81, jan./fev. 2007.

GAINS, N.The repertory grid approach. In: MACFIE, H. J. H., THOMPSON, D. M. H. (eds). **Measurement of Food Preference**. London: Blackie Academic& Professional, 1994.

GALLON, A. V.; BEUREN, I. M.; HEIN, N. Análise da relação entre evidenciação nos relatórios da administração e o nível de governança das empresas na Bovespa. **Revista de Informação Contábil**, v. 1, n. 2, p. 18-41, 2007.

GATELLI, R. **A influência do estudo da língua e cultura italiana no processo decisório de compra de produtos da mesma origem**. 2005. 130 f. Dissertação (Mestrado em Administração Estratégica)-Universidade Salvador, UNIFACS, Salvador, 2005.

GARINE, I. Los aspectos socioculturales de la nutrición. In: CONTRERAS, J. **Alimentación y cultura: necesidades, gustos y costumbres**. Barcelona: Universitat de Barcelona Publicaciones, 1995.

GEERTZ, C. **A interpretação das culturas**. Rio de Janeiro: Guanabara Koogan, 1989.

GREGÓRIO, S. B. O Papel da religião. **Centro Espírita Ismael**, 1999. Disponível em: <<http://www.ceismael.com.br/artigo/papel-da-religiao.htm>>. Acesso em: 02 jul 2011.

HAIR, Jr., J.F; ANDERSON, R.E; TATHAM, R.L; BLACK, W.C. **Análise multivariada dos dados**. 5. ed. Porto Alegre: Bookman, 2005.

HIRSCHMAN, E.C. Attributes and attributes of layers of meaning. In: Olson, J.C. (Ed.). **Advances in Consumer Research**. Ann Arbor: Association Consumer Research, 1980. v.7.

HIRSCHMAN, E.C. Predictors of self-projection, fantasy fulfillment, and escapism. **Journal of Social Psychology**, [S.I], v.46, p.92-101, Summer. 1983.

HIRSCHMAN, E.C; HOLBROOK, M.B. Hedonic consumption: emerging concepts, methods and propositions. **Journal of Marketing**, [S.I], v.120,p.63-76, June. 1982.

HOLBROOK, M. B. Emotion in the consumption experience: toward a new model of consumer behavior. In: Peterson, R. A; Hoyer, W.D. and Wilson, W. R. (Eds.). **The role of affect in consumer behavior**. Lexington, MA: Lexington Books, 1986, p.17-52.

IBGE-INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **Tendências demográficas: uma análise da população com base nos resultados dos censos demográficos 1940 e 2000**. Rio de Janeiro, 2007. Disponível em: <http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/populacao/tendencia_demografica/analise_populacao/1940_2000/analise_populacao.pdf> Acesso em: 10 mai. 2011.

JACOB,C.R; HEES, D.R; WANIEZ,P; E BRUSTLEIN, V. A diversificação religiosa. **Estudos Avançados**, v.18, n. 52, p.9-11, 2004.

JOMORI, M. M.;PROENÇA, R. P. C. ; CALVO, M. C. M. Determinantes de escolha alimentar. **Revista de Nutrição**, v. 21, p. 63-73, 2008.

LAMBERT, J.L. et al. As principais evoluções dos comportamentos alimentares: o caso da França. **Revista de Nutrição**, Campinas, v.18, n. 5, p. 577-591, set./out. 2005.

LARAIA, R. B. **Cultura: um conceito antropológico**. Rio de Janeiro: Zahar, 2007.

LEONARDO, M. A Antropologia da alimentação. **Revista Antropos**, [S.I.],v.3, n. 2, p. 1-6, dez. 2009.

LIMA-FILHO, D. O. **Valor Percebido e o Comportamento do Consumidor de Supermercado**: um estudo exploratório em uma média cidade brasileira. 1999. 196p. Tese (Doutorado em Administração de Empresas)– Escola de Administração de Empresas de São Paulo da Fundação Getúlio Vargas, São Paulo, 1999.

LIMA, M. F. E. M; LIMA-FILHO, D. O. Prática alimentar e as religiões: comportamento funcionalista versus hedônico. **Espacios**, Caracas, v.30, n.4, p.5-8, 2009. Disponível em: <<http://www.revistaespacios.com/a09v30n04/09300421.html>>. Acesso em: 15 abr. 2009.

LIMA-FILHO, D. O.; EWRLING, S. G. C.; ALVES, C. S.; SAUER, L. Critérios de escolha de alimentos em restaurantes comerciais: um estudo sobre o comportamento do consumidor. In: Congresso Sociedade Brasileira de Economia, Administração e Sociologia Rural, 50., 2012, Vitória-ES. **Anais 50 Congresso Sober**. Vitória, SOBER, 2012.

LUCCHESI- CHEUNG,T. ; BATALHA, M. O. Brasileiros urbanos e seus diferentes comportamentos de consumo alimentar: quais as implicações para a organização das cadeias produtivas de alimentos?. **Informações Econômicas** (Impresso), v. 40, p. 1-10, 2010.

MACIEL, M.E. Identidade cultural e alimentação. In: CANESQUI, A.M. (org). **Antropologia e nutrição**: um diálogo possível. Rio de Janeiro: Fiocruz, 2005. cap. 2, p.49-55.

MALHOTRA, N. K. **Introdução à pesquisa de marketing**. Rio de Janeiro: Prentice Hall, 2005.

MARTINS, G. A. **Estatística geral e aplicada**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2009.

MATAR, F.N. **Pesquisa de marketing**: metodologia, planejamentos, execução e análise. São Paulo: Atlas, 1993.

MEISELMAN, H.L. The contextual basis for food acceptance, food choice and food intake: the food, the situation and the individual. In: MEISELMAN, H. L; MACFIE, H. J. H. (eds.) **Food choice, acceptance and consumption**. London: Blackie Academic & Professional, 1996, p.239-263.

MINTZ, W. S. Comida e Antropologia: uma breve revisão. **Revista Brasileira de Ciências Sociais**, São Paulo, v. 16, n. 47, p. 31-42, 2001.

MOSCHIS, G. P; SIM ONG, F. Religiosity and consumer behavior of folder adults: a study of subcultural influences in Malasia. **Journal of Consumer Behavior**, [S.I.], v.10, p.8-17, 2011.

PACHECO, S.S.Q.M. **A influência religiosa na formação de hábitos alimentares de adventistas do sétimo dia**. 2001. 169 p. Dissertação (Mestrado em Sociologia) – Faculdade de Filosofia e Ciências Humanas, Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2001.

PINEYRUA, D.G.F. **Regionalismo alimentar**: identificação de grupos de consumidores que valorizam o prazer e as tradições alimentares. 2006. 117 p. Dissertação (Mestrado em Agronegócios)- Departamento de Economia e Administração, Universidade Federal de Mato Grosso do Sul, Campo Grande, 2006.

POULAIN, J. P. **Sociologia da alimentação**: os comedores e o espaço social alimentar. Florianópolis: UFSC, 2004.

POULAIN, J. P.; PROENÇA, R.P. C. Espaço social alimentar: auxiliando na compreensão dos modelos alimentares. **Nutrição em Pauta**, São Paulo, v. 12, n. 68, p. 7-9, 2004.

POULAIN, J. P.; PROENÇA, R. P. C. Reflexões metodológicas para o estudo das práticas alimentares. **Revista de Nutrição**, Campinas, v.16, n.4, p. 365-386, 2003.

RAMOS, T.F. **Hábitos de consumo de roupas de temáticas religiosas** – pesquisa de mercado no 26º encontro dos Gideões Missionários de Camburiú-SC. 2008. 87 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Ensino Superior) -Instituto Cenecista Fayal de Ensino, Itajaí, 2008.

RAUPP, F.M; BAUREN, I. M. Metodologia de pesquisa aplicada a ciências sociais. In: BAUREN, I. M. (Org). **Como elaborar trabalhos monográficos em contabilidade**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2006, p. 76-97.

RONDINELLI, P. Alimentação e religião: um estudo antropológico no movimento alternativo. **Revista Nures**, v. 2, n. 3, p. 1-8, 2006. Disponível em: <http://www.pucsp.br/nures/revista3/3_edicao_alimentacao_religiao.pdf> Acesso em: 12 jan. 2009.

RODRIGUES, D. **Patrimônio cultural, memória social e identidade: uma abordagem antropológica**. Disponível em: <<http://www.ubimuseum.ubi.pt/n01/docs/ubimuseum-n01-pdf/CS3-rodriques-donizete-patrimonio-cultural-memoria-social-identidade-uma%20abordagem-antropologica.pdf>> Acesso em: 24 set. 2012.

SANTOS, A. P. D. Trajetórias da história social e da nova história cultural: cultura, civilização e costumes no cotidiano do mundo do trabalho. SIMPÓSIO INTERNACIONAL PROCESSO CIVILIZADOR, 9, 2005, Ponta Grossa - PR. **Anais do IX Simpósio Internacional Processo Civilizador. Universidade Tecnológica Federal do Paraná - UTFPR**. Ponta Grossa – PR, 2005.

SHEPHERD, R.; SPARKS, P. Modelling food choice. In: MACFIE, H. J.H.; THOMSON, D. M.H. (Eds). **Measurement of food preferences**. New York: Aspen Publishers, p.202-226, 1999.

SHETH, J. N; MITTAL, B; NEWMAN, B. I. **Comportamento do cliente**: indo além do comportamento do consumidor. 1. ed. São Paulo: Atlas, 2001.

SHIFFMAN. L.G; KANUK, L.L. **Comportamento do consumidor**. 6 ed. Rio de Janeiro: LCT, 2000.

SHIU, E.C.C; DAWSON, J.A; MARSHALL, D.W. Segmenting the convenience and health trends in the British food market. **British Food Journal**, [S.I.], v. 106, n. 2, p.106-127, 2004.

SILVA, M. C. G. Alimentação e culinária de imigração europeia no Vale do Itajaí. **Revista de Divulgação Cultural**, Blumenau-SC, v. 25, n. 80, p. 64-75, 2003.

SOUKI, G. Q.; SALAZAR, G. T.; ANTONIALLIM L .M.; PEREIRA, C. A. Atributos que afetam a decisão de compra dos consumidores de carne bovina. **Organizações Rurais e Agroindustriais**, v. 5, n. 2, p. 36-51, 2003

SOUSA, A. A. **Perfil do consumidor de alimentos orientado para a saúde no Brasil**. 2006. 174f. Dissertação (Mestrado em Agronegócios) – Departamento de Economia e Administração, Universidade Federal de Mato Grosso do Sul, Campo Grande, 2006.

SOUKI, G. Q. et al. Atributos que afetam a decisão de compra dos consumidores de carne bovina. **Organizações Rurais e Agroindustriais**, Lavras, v. 5, n. 2, p.36-51, jul/dez. 2003.

SPANHOL, C. P. **Intergeracionalidade na escolha dos alimentos**. 2008. 182f. Dissertação (Mestrado em Agronegócios) – Departamento de Economia e Administração, Universidade Federal de Mato Grosso do Sul, Campo Grande, 2008.

TORRES, C.V; ALLEN, M. W. Influência da cultura, dos valores humanos e do significado do produto na predição de consumo: síntese de dois estudos multiculturais na Austrália e no Brasil. **Revista de Administração Mackenzie**, São Paulo, v. 10, n. 3, p.127-152, mai./jun., 2009.

TRIVIÑOS, A. N. S. **Introdução à pesquisa em ciências sociais: a pesquisa qualitativa em educação**. São Paulo: Atlas, 1987.

TRUJILLO FERRARI, A. **Metodologia da ciência**. 2.ed. Rio de Janeiro: Kennedy, 1974

VERGARA, S. C.; **Métodos de pesquisa em administração**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2006.

VIVEIROS DE CASTRO, E. O conceito de sociedade em antropologia: um sobrevôo. **Teologia e Sociedade**, Belo Horizonte, v. 5, p. 182-199, 2000.

VON ALVENSLEBEN, R. Consumer behaviour. In: PADBERG, D. I; RITSON, C; ALBISU, L. M. (Orgs.). **Agro-food marketing**. Oxon, UK: Cabi Publishing, 1997.

WANSINK, B; SONKA, S; CHENEY, M. A cultural hedonic framework for increasing the consumption of unfamiliar foods: soy acceptance in Russia and Colombia. **Review of Cultural Economics**, [S.I.], v. 24, n. 2, 353-365. 2002.

WEBER, M. **A ética protestante e o espírito do capitalismo**. 5.ed. São Paulo: Pioneira, 1905/1987.

WEBER, M. **Ciência e política : duas vocações**. São Paulo, Cultrix, 1972

WEISZFLOG, W. **Michaelis**: moderno dicionário da língua portuguesa. São Paulo: Melhoramentos, 2007.

WETTSTEIN, M. F. ALVES, L. V. B. N. V. GOLDIM, J. R. Restrição alimentar por motivação religiosa e coerção: dados preliminares. **Revista HCPA**, Porto Alegre, v. 30, n. 3, p. 290-293. 2010

WILKINSON, J. The final foods industry and the changing face of the global agro-food system. **Sociologia Ruralis**, v. 42, n. 4, p.329-346, Oct. 2002.

WIKIPÉDIA, A ENCICLOPÉDIA LIVRE. **Émile Durkheim**. Disponível em:
< http://pt.wikipedia.org/wiki/%C3%89mile_Durkheim> Acesso em: 18 out. 2011.

WIKIPÉDIA, A ENCICLOPÉDIA LIVRE. **Pentecostalismo**. Disponível em:
< <http://pt.wikipedia.org/wiki/Pentecostalismo>> Acesso em: 18 out. 2011.

WIKIPÉDIA, A ENCICLOPÉDIA LIVRE. **Max weber**. Disponível em:
< http://pt.wikipedia.org/wiki/Max_Weber > Acesso em: 25 ago. 2012.

WIKIPÉDIA, A ENCICLOPÉDIA LIVRE. **Secularismo**. Disponível em:
<<http://pt.wikipedia.org/wiki/Secularismo>> Acesso em: 10 jun. 2012.

APÊNDICE A - QUESTIONÁRIO

Universidade Federal de Mato Grosso do Sul

Mestrado em Administração – DEA/CCHS/UFMS

| |
|-------------------------|
| PERGUNTAS-FILTRO |
|-------------------------|

1. Qual sua religião?

- Católico Apostólico Romano Protestante Batista
 Protestante Presbiteriano Protestante da Assembléia da Deus
 Nenhuma dessas

SE RESPONDEU “Nenhuma dessas” AGRADEÇA E ENCERRE A ENTREVISTA

2. Há quanto tempo é seguidor desta doutrina

- abaixo de 3 anos 3 anos ou mais

SE RESPONDEU “abaixo de 3 anos” AGRADEÇA E ENCERRE A ENTREVISTA

| |
|----------------------|
| COMPORAMENTAL |
|----------------------|

As afirmações a seguir devem ser marcadas de acordo com o grau de concordância/discordância do respondente, conforme legenda do cartão (ENTREGUE A ESCALA EM FORMA DE PIZZA). Marcar apenas uma alternativa por questão.

| Ord | Afirmativa | Discordo Totalmente | Discordo | Indiferente | Concordo | Concordo Totalmente |
|-----|---|---------------------|----------|-------------|----------|---------------------|
| | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 3 | Acreditar nesta doutrina religiosa aumentou minha auto-estima e satisfação com a vida. | | | | | |
| 4 | Gosto dos alimentos servidos diariamente em casa. | | | | | |
| 5 | Gosto dos alimentos servidos diariamente em casa, principalmente quando a refeição é preparada pela minha mãe, esposa ou filha. | | | | | |
| 6 | No consumo de alimentos o mais importante é o sabor. | | | | | |
| 7 | Gosto de me alimentar sozinho. | | | | | |
| 8 | As refeições em família são mais prazerosas. | | | | | |
| 9 | As grandes reuniões familiares | | | | | |

| | | | | | | |
|----|--|--|--|--|--|--|
| | ocorrem sempre em volta da mesa de refeição. | | | | | |
| 10 | Acreditar nesta doutrina religiosa é importante para minha saúde e qualidade de vida | | | | | |
| 11 | Prefiro as refeições preparadas em casa, pois são mais saudáveis que as compradas fora. | | | | | |
| 12 | Como frutas, legumes e verduras, pois são fontes de vitaminas e minerais e também, pela importância que têm no funcionamento do organismo. | | | | | |
| 13 | Na última refeição comi apenas o suficiente. | | | | | |
| 14 | Sigo uma dieta moderada durante a semana. | | | | | |
| 15 | Sigo uma dieta moderada durante a semana e, também, aos finais de semana. | | | | | |
| 16 | Prefiro as comidas rápidas durante a semana. | | | | | |
| 17 | Prefiro as comidas rápidas durante a semana e, também, aos finais de semana | | | | | |
| 18 | Uma alimentação saudável faz do indivíduo uma pessoa saudável. | | | | | |

| |
|----------------------|
| IDENTIFICAÇÃO |
|----------------------|

19. Sexo () M () F

20. Escolaridade

() Analfabeto

() Alfabetizado

() Ensino Fundamental

() Ensino Médio

() Ensino Superior

21. Idade

() 20 – 29

() 30 – 39

() 40 – 49

() 50 – 59

() 60 ou mais

APÊNDICE B - LEVÍTICO 11

1. E falou o SENHOR a Moisés e a Arão, dizendo-lhes:
2. Fala aos filhos de Israel, dizendo: Estes são os animais, que comereis dentre todos os animais que há sobre a terra;
3. Dentre os animais, todo o que tem unhas fendidas, e a fenda das unhas se divide em duas, e rumina, deles comereis.
4. Destes, porém, não comereis; dos que ruminam ou dos que têm unhas fendidas; o camelo, que rumina, mas não tem unhas fendidas; esse vos será imundo;
5. E o coelho, porque rumina, mas não tem as unhas fendidas; esse vos será imundo;
6. E a lebre, porque rumina, mas não tem as unhas fendidas; essa vos será imunda.
7. Também o porco, porque tem unhas fendidas, e a fenda das unhas se divide em duas, mas não rumina; este vos será imundo.
8. Das suas carnes não comereis, nem tocareis nos seus cadáveres; estes vos serão imundos.
9. De todos os animais que há nas águas, comereis os seguintes: todo o que tem barbatanas e escamas, nas águas, nos mares e nos rios, esses comereis.
10. Mas todo o que não tem barbatanas, nem escamas, nos mares e nos rios, todo o réptil das águas, e todo o ser vivente que há nas águas, estes serão para vós abominação.
11. Ser-vos-ão, pois, por abominação; da sua carne não comereis, e abominareis o seu cadáver.
12. Todo o que não tem barbatanas ou escamas, nas águas, será para vós abominação.
13. Das aves, estas abominareis; não se comerão, serão abominação: a águia, e o quebrantosso, e o xofrango,
14. E o milhano, e o abutre segundo a sua espécie.
15. Todo o corvo segundo a sua espécie,
16. E o avestruz, e o mocho, e a gaiivota, e o gavião segundo a sua espécie.
17. E o bufo, e o corvo marinho, e a coruja,
18. E a gralha, e o cisne, e o pelicano,
19. E a cegonha, a garça segundo a sua espécie, e a poupa, e o morcego.
20. Todo o inseto que voa, que anda sobre quatro pés, será para vós uma abominação.
21. Mas isto comereis de todo o inseto que voa, que anda sobre quatro pés: o que tiver pernas sobre os seus pés, para saltar com elas sobre a terra.
22. Deles comereis estes: a locusta segundo a sua espécie, o gafanhoto devorador segundo a sua espécie, o grilo segundo a sua espécie, e o gafanhoto segundo a sua espécie.
23. E todos os outros insetos que voam, que têm quatro pés, serão para vós uma abominação.
24. E por estes sereis imundos: qualquer que tocar os seus cadáveres, imundo será até à tarde.
25. Qualquer que levar os seus cadáveres lavará as suas vestes, e será imundo até à tarde.

26. Todo o animal que tem unha fendida, mas a fenda não se divide em duas, e todo o que não rumina, vos será por imundo; qualquer que tocar neles será imundo.
27. E todo o animal que anda sobre as suas patas, todo o animal que anda a quatro pés, vos será por imundo; qualquer que tocar nos seus cadáveres será imundo até à tarde.
28. E o que levar os seus cadáveres lavarás as suas vestes, e será imundo até à tarde; eles vos serão por imundos.
29. Estes também vos serão por imundos entre os répteis que se arrastam sobre a terra; a doninha, e o rato, e a tartaruga segundo a sua espécie,
30. E o ouriço cacheiro, e o lagarto, e a lagartixa, e a lesma e a toupeira.
31. Estes vos serão por imundos dentre todos os répteis; qualquer que os tocar, estando eles mortos, será imundo até à tarde.
32. E tudo aquilo sobre o que cair alguma coisa deles estando eles mortos será imundo; seja vaso de madeira, ou veste, ou pele, ou saco, qualquer instrumento, com que se faz alguma obra, será posto na água, e será imundo até à tarde; depois será limpo.
33. E todo o vaso de barro, em que cair alguma coisa deles, tudo o que houver nele será imundo, e o vaso quebrareis.
34. Todo o alimento que se come, sobre o qual cair água de tais vasos, será imundo; e toda a bebida que se bebe, depositada nesses vasos, será imunda.
35. E aquilo sobre o que cair alguma parte de seu corpo morto, será imundo; o forno e o vaso de barro serão quebrados; imundos são: portanto vos serão por imundos.
36. Porém a fonte ou cisterna, em que se recolhem águas, será limpa, mas quem tocar no seu cadáver será imundo.
37. E, se dos seus cadáveres cair alguma coisa sobre alguma semente que se vai semear, será limpa;
38. Mas se for deitada água sobre a semente, e se dos seus cadáveres cair alguma coisa sobre ela, vos será por imunda.
39. E se morrer algum dos animais, que vos servem de mantimento, quem tocar no seu cadáver será imundo até à tarde;
40. E quem comer do seu cadáver lavarás as suas vestes, e será imundo até à tarde; e quem levar o seu corpo morto lavarás as suas vestes, e será imundo até à tarde.
41. Também todo o réptil, que se arrasta sobre a terra, será abominação; não se comerá.
42. Tudo o que anda sobre o ventre, e tudo o que anda sobre quatro pés, ou que tem muitos pés, entre todo o réptil que se arrasta sobre a terra, não comereis, porquanto são uma abominação.
43. Não vos façais abomináveis, por nenhum réptil que se arrasta, nem neles vos contamineis, para não serdes imundos por eles;
44. Porque eu sou o SENHOR vosso Deus; portanto vós vos santificareis, e sereis santos, porque eu sou santo; e não vos contaminareis com nenhum réptil que se arrasta sobre a terra;

45. Porque eu sou o SENHOR, que vos fiz subir da terra do Egito, para que eu seja vosso Deus, e para que sejais santos; porque eu sou santo.

46. Esta é a lei dos animais, e das aves, e de toda criatura vivente que se move nas águas, e de toda criatura que se arrasta sobre a terra;

47. Para fazer diferença entre o imundo e o limpo; e entre animais que se podem comer e os animais que não se podem comer (BÍBLIAONLINE/ LEVÍTICO 11, 2012).