

**UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO
FACULDADE DE ECONOMIA, ADMINISTRAÇÃO E CONTABILIDADE
DEPARTAMENTO DE ADMINISTRAÇÃO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO**

Rodolfo Rodrigues Rocha

A alimentação das crianças e dos adolescentes na escola na perspectiva do bem-estar alimentar

**São Paulo
2018**

Prof. Dr. Vahan Agopyan
Reitor da Universidade de São Paulo

Prof. Dr. Fábio Frezatti
Diretor da Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade

Prof. Dr. Moacir de Miranda Oliveira Junior
Chefe do Departamento de Administração

Prof. Dr. Moacir de Miranda Oliveira Júnior
Coordenador do Programa de Pós-Graduação em Administração

RODOLFO RODRIGUES ROCHA

A alimentação das crianças e dos adolescentes na escola na perspectiva do bem-estar alimentar

Versão original

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Administração do Departamento de Administração da Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade da Universidade de São Paulo, como requisito parcial para a obtenção do título de Mestre em Ciências.

Área de Concentração: Marketing

Orientador: Prof. Dr. Andres Rodriguez Veloso

São Paulo
2018

Autorizo a reprodução e divulgação total ou parcial deste trabalho, por qualquer meio convencional ou eletrônico, para fins de estudo e pesquisa, desde que citada a fonte.

FICHA CATALOGRÁFICA

Elaborada por Martha Ribeiro Neves de Vasconcellos – CRB-8/5994
Seção de Processamento Técnico do SBD/FEA/USP

Rocha, Rodolfo Rodrigues

A alimentação das crianças e dos adolescentes na escola na perspectiva do bem-estar alimentar / Rodolfo Rodrigues Rocha. – São Paulo, 2018.
78 p.

Dissertação (Mestrado) -- Universidade de São Paulo, 2018.
Orientador: Andres Rodriguez Veloso

1. Alimentação infantil 2. Alimentação escolar 3. Comportamento do consumidor 4. Bem-estar da criança I. Universidade de São Paulo. Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade. II. Título.

CDD – 613.2

Para Alice.

AGRADECIMENTOS

Agradeço à minha família e amigos pelo apoio irrestrito. Minha esposa, Natalia, pelo companheirismo e paciência. Meus pais, Helena e Ademir, pela confiança e suporte. Minha filha, Alice, a quem dedico este trabalho.

Ao meu orientador, Prof. Andres, agradeço por toda a contribuição e parceria, não só no desenvolvimento desta dissertação, mas na minha carreira. Agradeço também a Profa. Ana, minha orientadora durante o primeiro ano do Mestrado, que mesmo depois desse período seguiu me dando conselhos valiosos.

Não posso deixar de destacar e agradecer a inspiração e exemplo que o Prof. Jésus foi e sempre será para mim. Outro responsável por eu ter decidido fazer o Mestrado foi o Prof. Falcão, a quem agradeço por todas as dicas que orientaram muito minhas escolhas antes e ao longo do curso.

Esta pesquisa não seria possível sem a parceria com meu amigo Chaim. Trabalhamos juntos desde o primeiro semestre do curso e a contribuição dele tem sido fundamental desde então. Obrigado pela confiança e amizade. Agradeço também aos outros parceiros de pesquisa que ganhei durante o Mestrado.

Agradeço a todos os professores do PPGA com os quais tive a oportunidade de cursar disciplinas durante o Mestrado. Agradeço também à Profa. Fernanda, com a qual tive o privilégio de cursar uma disciplina na Faculdade de Saúde Pública da USP. Minha visão como pesquisador mudou depois de um semestre de enorme aprendizado com ela.

As contribuições da Profa. Fernanda e do Prof. Guilherme, que participaram da minha qualificação, foram fundamentais para os passos seguintes da minha pesquisa. Quando esta pesquisa ainda era um projeto, a Profa. Rafaela e o Prof. Vitor contribuíram para que o artigo que deu origem a esta dissertação ganhasse forma. Obrigado!

Agradeço também ao CNPq pela bolsa de estudos.

É impossível elaborar uma lista de agradecimentos completa, pois o Mestrado não é apenas uma pós-graduação, mas uma experiência de vida. E, nessa jornada, tive a sorte de encontrar muitas pessoas que contribuíram, mesmo que sem perceber, para que eu chegasse até aqui.

RESUMO

A alimentação infantil na escola é tema de constantes debates em diferentes âmbitos da sociedade. Diante da complexidade e importância do tema, ele tem sido estudado por pesquisadores de diferentes áreas do conhecimento. Uma das possíveis abordagens é a do bem-estar alimentar, a que orienta este estudo, que surge dentro do movimento da Pesquisa Transformativa do Consumidor. Nesse cenário, a pergunta de pesquisa que norteou este trabalho foi: como é o contexto e a dinâmica que envolvem a alimentação das crianças e adolescentes na escola? Assim, o objetivo definido foi explorar e descrever o contexto e a dinâmica da alimentação das crianças e adolescentes na escola na perspectiva do bem-estar alimentar. Este trabalho foi desenvolvido no formato de três artigos. No primeiro artigo, discute-se a relação das crianças e dos adolescentes com os alimentos na “hora do recreio”. No segundo, é dado foco à literacia alimentar, uma das áreas centrais do bem-estar alimentar. Nesse sentido, o debate é sobre o papel dos pais e da escola na literacia alimentar das crianças e dos adolescentes. Por fim, o terceiro artigo buscou identificar o que as crianças e os adolescentes comem na escola e como têm acesso a esses alimentos. Em relação aos métodos de pesquisa utilizados, a abordagem qualitativa é a que prevalece. Os dados foram coletados por meio de observações, entrevistas e questionários. Em alguns momentos, a estatística descritiva foi utilizada para dar mais robustez às análises. Como resultado, foi possível conhecer o contexto da alimentação das crianças e dos adolescentes na escola. As relações são, de fato, bastante complexas. Pais, colegas, professores, proprietários das cantinas e a direção/coordenação das escolas são os principais agentes que influenciam a alimentação das crianças e adolescentes na escola. Do ponto de vista do bem-estar alimentar, foi possível perceber como cada uma das cinco áreas centrais estão presentes na alimentação escolar. Ao explorar e descrever a alimentação infantil na escola, os resultados indicam que as crianças e os adolescentes se alimentam mal. Ao mesmo tempo, os resultados apontam para possíveis alternativas na busca por avanços positivos nesse sentido.

Palavras-chave: Alimentação infantil. Alimentação escolar. Comportamento do consumidor. Bem-estar da criança.

ABSTRACT

Child feeding at school is a topic of constant debate in different spheres of society. Given the complexity and importance of the theme, it has been studied by researchers from different areas of knowledge. One of the possible approaches is the one of the food well-being, that guides this study, that appears within the movement of the Transformative Consumer Research. In this scenario, the research question that guided this work was: how is the context and the dynamics that involve the feeding of children and adolescents in school? Thus, the objective was to explore and describe the context and dynamics of child feeding at school in the perspective of food well-being. This paper was developed in the format of three articles. In the first article, the relationship of children and adolescents with food in the "recess time" is discussed. In the second, focus is given to food literacy, one of the central areas of food well-being. In this sense, the debate is about the role of parents and school in the food literacy of children and adolescents. Finally, the third article sought to identify what children and adolescents eat at school and how they have access to these foods. In relation to the research methods used, the qualitative approach is the one that prevails. Data were collected through observations, interviews and questionnaires. At times, descriptive statistics were used to give more robustness to the analyzes. As a result, it was possible to know the context of child feeding at school. Relationships are, in fact, quite complex. Parents, peers, teachers, cafeteria owners and the direction/coordination of schools are the main agents that influence child feeding at school. From the point of view of food well-being, it was possible to see how each of the five core areas are present in school feeding. By exploring and describing infant feeding at school, the results indicate that children and adolescents feed poorly. At the same time, the results point to possible alternatives in the search for positive advances in this direction.

Keywords: Child feeding. School feeding. Consumer behavior. Child well-being.

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	15
1.1 PROBLEMA DE PESQUISA	16
1.2 OBJETIVOS	16
1.2.1 Objetivo Geral	16
1.2.2 Objetivos Específicos	16
1.3 CONTRIBUIÇÕES PRETENDIDAS.....	16
1.4 ESTRUTURA DO DESENVOLVIMENTO DA DISSERTAÇÃO.....	17
2 ARTIGO I – HORA DO RECREIO: A RELAÇÃO DAS CRIANÇAS E ADOLESCENTES COM OS ALIMENTOS NA PERSPECTIVA DO BEM-ESTAR ALIMENTAR	19
2.1 INTRODUÇÃO.....	19
2.2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA	20
2.2.1 Consumidor Infantil e Adolescente	20
2.2.2 Processo de Socialização do Consumidor	21
2.2.3 Pesquisa Transformativa do Consumidor.....	22
2.2.4 Bem-Estar Alimentar.....	23
2.3 PROCEDIMENTO METODOLÓGICO.....	24
2.3.1 Abordagem	24
2.3.2 Técnicas de Coleta de Dados.....	24
2.4 ANÁLISE DOS DADOS	26
2.4.1 Contexto das Observações.....	26
2.4.2 Relatório das Observações.....	27
2.4.3 Contexto das Entrevistas	29
2.4.4 Relatório das Entrevistas	29
2.4.5 Cotejo dos Dados.....	34
2.5 CONSIDERAÇÕES FINAIS	35

3 ARTIGO II – BEM-ESTAR ALIMENTAR DE CRIANÇAS E ADOLESCENTES: O PAPEL DOS PAIS E DA ESCOLA NA LITERACIA ALIMENTAR.....	37
3.1 INTRODUÇÃO	37
3.2 REVISÃO DA LITERATURA	38
3.2.1 Bem-Estar do Consumidor.....	38
3.2.2 Pesquisa Transformativa do Consumidor	39
3.2.3 Bem-Estar Alimentar	40
3.2.4 Literacia Alimentar	41
3.3 MÉTODO.....	41
3.3.1 Estruturação do Questionário.....	42
3.3.2 Contextos e Procedimentos de Coleta.....	43
3.3.3 Análise dos Dados.....	43
3.4 RESULTADOS.....	45
3.4.1 Opinião das Crianças e Adolescentes	45
3.4.2 Papel dos Pais.....	48
3.4.3 Papel da Escola	49
3.5 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	51
4 ARTIGO III - O QUE AS CRIANÇAS E ADOLESCENTES COMEM NA ESCOLA? A ALIMENTAÇÃO ESCOLAR NA PERSPECTIVA TRANSFORMATIVA DO BEM-ESTAR ALIMENTAR	53
4.1 INTRODUÇÃO	53
4.2 REFERENCIAL TEÓRICO	54
4.2.1 Socialização do Consumidor.....	54
4.2.2 Bem-Estar Alimentar	55
4.2.3 Guia Alimentar para a População Brasileira.....	58
4.3 MÉTODO.....	59
4.4 ANÁLISE E DISCUSSÃO.....	60
4.5 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	64

5 CONCLUSÃO.....	67
REFERÊNCIAS	69
APÊNDICE A – ROTEIRO DE OBSERVAÇÃO.....	75
APÊNDICE B – QUESTIONÁRIO	77

1 INTRODUÇÃO

A alimentação de crianças e adolescentes é tema constante de discussões nos mais variados setores da sociedade (Videon & Manning, 2003; Koplan, Liverman, & Kraak, 2005; Bueno, Fisberg, Maximino, Rodrigues, & Fisberg, 2013; Naderkoorn, Dassen, Franken, Resch, & Houben, 2015). Empresas, Academia, poder público e a população em geral têm mostrado preocupação em relação ao tema. O avanço da obesidade infantil, que atualmente é visto não só como um problema individual, mas como um problema de saúde pública, é pauta central nessas discussões (Ebbeling, Pawlak, & Ludvig, 2002; Koplan, Liverman, & Kraak, 2005). Hoje, no Brasil, um terço das crianças está acima do peso (Brasil, 2014). A tendência é esses indivíduos carregarem esse padrão notadamente prejudicial para suas vidas adultas. Prova disso é que metade da população brasileira está acima do peso (Brasil, 2014).

Por estarem em desenvolvimento e serem fortemente influenciadas por indivíduos com os quais convivem e por ambientes que frequentam (Moschis & Churchill, 1978), as crianças e adolescentes devem ser tratadas com atenção especial pelos que se relacionam com ela (Mick, Pettigrew, Pechmann, & Ozanne, 2012). Nesse processo de desenvolvimento, as crianças em idade escolar passam parte de seu dia na escola, onde realizam algumas de suas refeições. Lá, elas recebem forte influência de professores, colegas e, especificamente em relação ao consumo de alimentos, também da cantina (Block et al., 2011; Veloso, Hildebrand & Campomar, 2012). Ou seja, o ambiente escolar é determinante para a relação das crianças e adolescentes com questões que envolvem alimentação.

É intuitivo associar o interesse no estudo da alimentação infantil a áreas como Nutrição e Saúde Pública. Porém, em Comportamento do Consumidor, o movimento de Pesquisa Transformativa do Consumidor (PTC) também tem demonstrado interesse no assunto (Block et al., 2011; Bublitz et al., 2011; Bublitz et al., 2012). A característica da PTC de estudar o comportamento do consumidor com o objetivo de maximizar seu bem-estar (Mick, 2006) coloca o movimento entre os que buscam avanços nesse sentido. Dentro da PTC, especificamente relacionado à alimentação, Block et al. 2011 propõem a ideia de bem-estar alimentar, que os autores definem como “relação psicológica, física, emocional, e social positiva com os alimentos, tanto no nível individual quanto no nível coletivo” (p.6).

1.1 PROBLEMA DE PESQUISA

Diante do contexto exposto acima, a pergunta que orienta este trabalho é: **Como é o contexto e a dinâmica que envolvem a alimentação das crianças e dos adolescentes na escola?** Para direcionar a resposta a essa pergunta, será usada a perspectiva transformativa do bem-estar alimentar.

1.2 OBJETIVOS

A partir do contexto e do problema de pesquisa apresentados anteriormente, foi definido o objetivo geral que orientará este trabalho. Os objetivos específicos foram extraídos de cada um dos três artigos que compõem este trabalho.

1.2.1 Objetivo Geral

Explorar e descrever o contexto e a dinâmica da alimentação das crianças e dos adolescentes na escola na perspectiva do bem-estar alimentar.

1.2.2 Objetivos Específicos

- Investigar a relação das crianças e dos adolescentes com os alimentos na “hora do recreio”;
- Discutir o papel dos pais e da escola na literacia alimentar das crianças e dos adolescentes;
- Identificar e analisar o que as crianças e os adolescentes comem na escola e como têm acesso aos alimentos.

1.3 CONTRIBUIÇÕES PRETENDIDAS

Ao analisar a alimentação das crianças e adolescentes na escola na perspectiva do bem-estar alimentar, este trabalho pretende apresentar um olhar diferente sobre um tema que, apesar de bastante estudado e debatido, ainda carece de avanços no sentido de melhorar o bem-estar de indivíduos e sociedades.

Além disso, a presente pesquisa contribui para o movimento da Pesquisa Transformativa do Consumidor, mais especificamente para o estudo do bem-estar alimentar, ao definir um público (crianças e adolescente) e um ambiente (escola) para analisar o tema. Esse foco, ao mesmo tempo em que aprofunda o estudo sobre o assunto, também amplia as possibilidades de pesquisas, incentivando a busca por outros públicos e ambientes que também merecem atenção. Por fim, como se trata de um trabalho no âmbito da PTC, esta pesquisa também tem a intenção de sensibilizar os envolvidos no contexto da coleta, principalmente escolas e pais, sobre a realidade e os problemas que envolvem a alimentação infantil.

1.4 ESTRUTURA DO DESENVOLVIMENTO DA DISSERTAÇÃO

Os três capítulos de desenvolvimento desta dissertação referem-se a três artigos que foram produzidos no processo de pesquisa que resultou neste documento. Apesar de independentes, os três artigos são complementares e orientados pelo objetivo geral desta dissertação. A seguir, alguns detalhes importantes sobre cada um dos artigos:

- ARTIGO I – HORA DO RECREIO: A RELAÇÃO DAS CRIANÇAS E ADOLESCENTES COM OS ALIMENTOS NA PERSPECTIVA DO BEM-ESTAR ALIMENTAR

Uma versão prévia desse artigo foi apresentada no XI Congresso Internacional de Administração e Marketing da ESPM, em novembro de 2016. Na ocasião, o trabalho recebeu o “Prêmio de Melhor Artigo” da área de Marketing do evento. A versão que consta no capítulo 2 desta dissertação foi publicada na Revista Brasileira de Marketing (REMark) em 2017.

- ARTIGO II – BEM-ESTAR ALIMENTAR DE CRIANÇAS E ADOLESCENTES: O PAPEL DOS PAIS E DA ESCOLA NA LITERACIA ALIMENTAR

A primeira versão desse artigo foi apresentada no XX SemeAd – Seminários em Administração, em novembro de 2017, com o título “Bem-Estar Alimentar de Crianças e Adolescentes: A Importância dos Pais na Alfabetização Alimentar”. No capítulo 3 desta dissertação, a versão apresentada é a que foi submetida à revista BBR – Brazilian Business Review e que, até a data de entrega deste documento, está em processo de avaliação.

- ARTIGO III - O QUE AS CRIANÇAS E ADOLESCENTES COMEM NA ESCOLA?
A ALIMENTAÇÃO ESCOLAR NA PERSPECTIVA TRANSFORMATIVA DO
BEM-ESTAR ALIMENTAR

Com o título “A Alimentação da Criança e do Adolescente na Escola na Perspectiva do Bem-Estar Alimentar”, a primeira versão desse artigo foi apresentada no VIII Encontro de Marketing da ANPAD (EMA), em maio de 2018. A versão apresentada no capítulo 4 desta dissertação foi submetida à Revista Eletrônica de Administração (REAd) e, até a data de entrega deste trabalho, está em processo de avaliação.

2 ARTIGO I – HORA DO RECREIO: A RELAÇÃO DAS CRIANÇAS E ADOLESCENTES COM OS ALIMENTOS NA PERSPECTIVA DO BEM-ESTAR ALIMENTAR

2.1 INTRODUÇÃO

As práticas de consumo têm se tornado cada vez mais complexas e multifacetadas nos últimos anos, abrangendo aspectos em seu escopo que eram inimagináveis há algumas décadas. Atualmente, os problemas e desafios em comportamento do consumidor incluem temas relacionados à alimentação não saudável, uso adequado da Internet, educação e socialização de consumidores, e deterioração do meio ambiente, entre outros (Mick, 2008).

O foco de grande parte das pesquisas em comportamento do consumidor ao longo dos anos foi em aspectos como memória e atitudes, e seus efeitos em julgamentos de marca, tomada de decisões e escolhas, sem priorizar o bem-estar e a solução de problemas enfrentados pelos consumidores (Mick, 2008). Porém, um paradigma alternativo surgiu nos últimos anos, denominado Pesquisa Transformativa do Consumidor (PTC). Com raízes em Bazerman (2001), que propõe uma abordagem pró-consumidor nas pesquisas em comportamento do consumidor, esse paradigma possui foco em temas relacionados a consumidores vulneráveis, jogos de azar, alimentação e obesidade, violência em filmes e jogos de computador, e doação de órgãos, entre outros (Mick, 2006; Mick, Pettigrew, Pechmann, & Ozanne, 2012).

No paradigma da PTC, Block et al. (2011) sugerem a mudança do estudo da alimentação sob a perspectiva da saúde/nutrição, propondo que a alimentação deve ser estudada como fator que impacta o bem-estar de forma mais ampla. Para os autores, o bem-estar alimentar é definido como uma relação psicológica, física, emocional, e social positiva com os alimentos, tanto no nível individual quanto no coletivo. Ainda no paradigma da PTC, Bublitz et al. (2011) apresentam o bem-estar alimentar como um contínuo e propõem cinco parâmetros para definir onde cada indivíduo se encontra nesse contínuo: fatores sociais, aspectos econômicos, consciência alimentar, aspectos emocionais, e traços físicos e psicológicos.

Considerando o desafio de estudar a socialização de consumidores, levantado por Mick (2008), e a preocupação da PTC com consumidores vulneráveis, onde estão incluídas crianças e adolescentes, a presente pesquisa tem seu interesse principal nesse público. Dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE, 2010) apontam a presença de 63 milhões de indivíduos com idade entre 0 e 19, ou seja, crianças e adolescentes, que compõem um mercado muito relevante (Veloso, Hildebrand, & Campomar, 2012).

Diante desse contexto, a questão de pesquisa que norteia este trabalho é: Qual é a relação de crianças e adolescentes com os alimentos na “hora do recreio”? A perspectiva escolhida para responder a essa pergunta foi a do bem-estar alimentar. Apesar de os temas serem de interesse da PTC, não foi possível encontrar na literatura trabalhos que abordem crianças e adolescentes, ou seja, consumidores vulneráveis, e bem-estar alimentar no mesmo estudo. É justamente essa a principal lacuna que o presente artigo pretende começar a preencher.

2.2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

A proposta desta seção é apresentar os principais conceitos e teorias sobre os assuntos nos quais se baseia o presente trabalho: consumidor infantil e adolescente, processo de socialização do consumidor, pesquisa transformativa do consumidor e bem-estar alimentar.

2.2.1 Consumidor Infantil e Adolescente

O Estatuto da Criança e do Adolescente (ECA, 1990), que regulamenta os direitos das crianças e dos adolescentes no Brasil, considera criança a pessoa até 12 anos incompletos, e adolescente o indivíduo que tem entre 12 e 18 anos incompletos. Essa mesma lei declara que crianças e adolescentes são pessoas em desenvolvimento, tendo direito a certas prioridades. O Brasil possui aproximadamente 63 milhões de pessoas entre 0 e 19 anos, o que representa cerca de 1/3 da população total apurada (IBGE, 2010).

Alguns autores consideram como mercado infantil as crianças de 0 a 12 anos (Velo et al., 2012), coincidindo com a faixa etária na qual o ECA (1990) classifica o indivíduo como criança. Outros autores colocam as crianças entre 5 e 13 como pertencente ao mercado infantil (McNeal, 1969). Esse limite inferior se aproxima do momento em que a criança, em geral, já recebe mesada dos pais e realiza algumas compras independentes (Velo et al., 2012). Porém, a influência indireta da criança nas decisões de compra da família, antes mesmo de ela nascer, é muito relevante (Siegel, Coffey, & Livingstone, 2004).

Assim, independentemente da faixa etária considerada como mercado infantil, a presença da criança muda a dinâmica de consumo da família (Velo et al., 2012). Além disso, com cerca de um ano de idade, a criança começa a se desenvolver como consumidora (McNeal, 1992). Nesse processo, chamado de socialização do consumidor, a criança adquire conhecimentos, habilidades e atitudes que a formam como consumidora (Moschis & Churchill Jr., 1978).

2.2.2 Processo de Socialização do Consumidor

O processo de socialização do consumidor é parte importante do processo de socialização da criança, dado o sistema capitalista em que vivemos (Veloso et al., 2012). Durante o processo de socialização, a criança aprende sobre papéis sociais e os comportamentos associados a esses papéis, entendendo como se inserir na sociedade (Ward, 1974).

Ward (1974) foi um dos primeiros pesquisadores interessados na socialização do consumidor, procurando entender como produtos e marcas influenciam esse processo de inserção do consumidor na sociedade. Atuam nesse processo de socialização do consumidor alguns agentes de socialização. Inicialmente, eram apontados como agentes de socialização mais relevantes a família, a escola, a mídia de massa e os pares (Moschis & Churchill Jr., 1978). Porém, com o passar dos anos, os agentes de socialização foram se alterando, e pesquisas subsequentes colocam os profissionais de marketing como importantes agentes de socialização do consumidor (McNeal, 1987).

A inclusão dos profissionais de marketing como agentes de socialização não é recente, mas sua influência nas crianças nunca recebeu a devida atenção, especialmente quando se trata da socialização do consumidor (Veloso et al., 2012). Já por volta dos quatro ou cinco anos, a criança começa a perceber se determinado varejista possui os produtos que interessam a ela (McNeal, 1987). Além disso, a característica de inseparabilidade das empresas de serviço (Zeithaml, Parasuraman, & Berry, 1985) significa que a criança terá maior contato direto com os funcionários, resultando em momentos importantes de aprendizagem (Veloso et al., 2012).

Apesar da mudança dos papéis dos agentes de socialização, os pares, que no caso das crianças e adolescentes em idade escolar são os colegas, continuam figurando entre os mais importantes. Especialmente a partir dos sete anos de idade, as crianças dão importância a produtos e marcas pelo que eles simbolizam, e fazer parte de certo grupo pode ser determinado pelas escolhas desses produtos e marcas, ficando clara a influência do grupo no processo de socialização do consumidor (Veloso et al., 2012).

As preferências e hábitos de consumo, mesmo de produtos consumidos individualmente, são influenciados pelos agentes de socialização, começando pela família (Massyliouk & Campos, 2016). As inúmeras influências que a criança e o adolescente recebem durante o processo de socialização como consumidores podem ser tanto positivas quanto negativas. Para indicar pesquisas que buscam impactar positivamente indivíduos e sociedades em aspectos

relacionados ao consumo, surgiu recentemente o termo Pesquisa Transformativa do Consumidor (Mick, 2006).

2.2.3 Pesquisa Transformativa do Consumidor

Discussões sobre o que é uma vida boa passam por muitos aspectos e há muito tempo são de interesse do ser humano. Um importante aspecto envolvido nessa discussão é o comportamento de consumo de indivíduos e sociedades. Enquanto em regiões subdesenvolvidas e em desenvolvimento milhões de pessoas não têm suas necessidades básicas garantidas, em regiões economicamente vigorosas o consumo atingiu volume e variedade impensáveis há algumas décadas. Porém, esse padrão de consumo excessivo trouxe consequências negativas aos indivíduos e sociedades, que acabam se comportando de maneira destrutiva (Mick et al., 2012).

Em 2006, em uma conferência da Association for Consumer Research surgiu o termo Transformative Consumer Research (TCR) para designar pesquisas em comportamento do consumidor com foco no bem-estar dos indivíduos e sociedades. A comissão que escolheu o termo TCR explica que ele engloba pesquisas construídas a partir de uma oportunidade ou problema básico, que buscam melhorar a vida a partir de aspectos relacionados ao consumo (Mick, 2006). Alguns pesquisadores brasileiros em TCR traduzem o termo por “Pesquisa Transformativa do Consumidor”, como Barbosa (2014), Damascena (2013), e Silva Júnior (2013). Já Sauerbronn e Ayrosa (2010) utilizam a tradução “Estudos Transformativos de Consumo”. Porém, para o presente estudo, optou-se por utilizar a tradução mais recorrente: Pesquisa Transformativa do Consumidor (PTC).

A PTC está comprometida com seis objetivos principais (Mick et al., 2012): 1. Promover o bem-estar; 2. Encorajar a diversidade de paradigmas; 3. Empregar teorias e métodos rigorosos; 4. Evidenciar contextos socioculturais e situacionais; 5. Formar parcerias com consumidores e pesquisadores; e 6. Divulgar os resultados para stakeholders relevantes. Entre os temas de interesse da PTC estão: consumidores vulneráveis; consumo de álcool, cigarro e drogas; jogos de azar; alimentação e obesidade; materialismo; finanças pessoais; proteção do meio ambiente; e doação de órgãos (Mick, 2006; Mick et al., 2012).

2.2.4 Bem-Estar Alimentar

O tema alimentação costuma ser estudado sob a perspectiva da saúde. Porém, no paradigma da PTC, Block et al. (2011) sugerem a mudança dessa perspectiva para a da alimentação como bem-estar. Para os autores, o bem-estar alimentar é definido como uma relação psicológica, física, emocional, e social positiva com os alimentos, tanto no nível individual quanto no coletivo. Nessa perspectiva de bem-estar alimentar, cinco construtos são considerados relevantes: socialização alimentar, instrução alimentar, marketing de alimentos, disponibilidade alimentar e políticas alimentares (Block et al., 2011).

Duas pesquisas subsequentes avançaram o estudo da perspectiva do bem-estar alimentar com propostas complementares. Bublitz et al. (2011) apresentam o bem-estar alimentar como um contínuo e propõem cinco parâmetros para definir onde cada indivíduo se encontra nesse contínuo: fatores sociais, aspectos econômicos, consciência alimentar, aspectos emocionais, e traços físicos e psicológicos. Já Bublitz et al. (2012) sugerem passos que dão suporte para que o consumidor possa avançar no contínuo do bem-estar alimentar. Para isso, os autores explicam como escolhas deliberadas e automáticas influenciam os hábitos alimentares e a relação dessas escolhas com objetivos e motivações pessoais.

Este artigo utiliza os cinco parâmetros do bem-estar alimentar propostos por Bublitz et al. (2011) para orientar a pesquisa e análise. Por fatores sociais, entende-se a influência cultural, social e familiar nos hábitos alimentares, considerando que os consumidores aprendem sobre alimentação com as interações sociais que realiza. Os aspectos econômicos contemplam o acesso e a disponibilidade de alimentos saudáveis que os consumidores possuem. Além de identificar os alimentos que estão disponíveis para o consumidor, é preciso saber o conhecimento que esse consumidor tem sobre os alimentos e a disposição dele para melhorar sua alimentação, caracterizando a consciência alimentar. Aspectos emocionais podem afetar positivamente ou negativamente os hábitos alimentares. Além disso, mensagem de marketing também impactam emocionalmente os consumidores e, conseqüentemente, suas decisões relacionadas à alimentação. Por fim, os traços físicos e psicológicos envolvem desde medidas tradicionais, como Índice de Massa Corporal (IMC) e indicadores demográficos, até certos tipos de comportamentos que impactam o padrão de alimentação do consumidor, como impulsividade e autocontrole.

Parâmetros similares aos propostos por Bublitz et al. (2011) e escolhidos para orientar esta pesquisa podem ser observados em outros estudos sobre consumo de alimentos, mesmo fora do contexto da PTC e do bem-estar alimentar. Dias, Costa, Silva e Pinto (2016) falam de influência

social, história de mudanças e flutuações do peso, fatores emocionais e aspectos socioculturais como os fatores mais comuns no desenvolvimento de uma imagem corporal distorcida. Já Missagia (2013) diz que a aceitação ou rejeição de um alimento depende de fatores como origens orgânicas, psicológicas e sociais. Isso sinaliza que os parâmetros do bem-estar alimentar que orientam esta pesquisa têm relevância em estudos relacionados à alimentação.

2.3 PROCEDIMENTO METODOLÓGICO

A seguir serão apresentados os detalhes do método de pesquisa utilizado para o desenvolvimento deste artigo. Esta seção trata da abordagem e das técnicas de coleta de dados escolhidas, bem como os motivos dessas escolhas.

2.3.1 Abordagem

Como o presente artigo busca explorar e interpretar de forma indutiva o relacionamento de crianças e adolescentes com os alimentos na perspectiva dos parâmetros do bem-estar alimentar propostos por Bublitz et al. (2011), foi escolhida a abordagem qualitativa de pesquisa que, segundo Denzin e Lincoln (2011), dá ênfase nas entidades, nos processos e significados que não são examinados por experimentos ou medidos em termos de quantidade, amostra, intensidade ou frequência.

Para pesquisas qualitativas realizadas com crianças e adolescentes, público estudado neste artigo, de acordo com Fargas-Malet, McSherry, Larkin, e Robinson (2010), vários métodos e técnicas têm sido utilizados. Os autores apontam que o método escolhido para realizar pesquisas com esse público precisa estar atrelado ao objetivo, respeitar os limites de tempo e recursos disponíveis, ter bom-senso e ética, além de respeitar as características e necessidades dos participantes, bem como os fatores culturais e físicos onde a pesquisa é realizada. Esses cuidados foram observados nas escolhas realizadas durante o desenvolvimento deste estudo.

2.3.2 Técnicas de Coleta de Dados

Mauthner (1997) utiliza em sua pesquisa sobre comida saudável em escolas inglesas a observação como técnica de coleta de dados, revelando a possibilidade de uso dessa técnica para explorar tipos de comidas escolhidas pelas crianças, como elas fazem suas escolhas, assim como o que efetivamente comem ou deixam de comer. O objetivo da observação realizada por

Mauthner (1997) é similar ao da presente pesquisa, favorecendo a escolha da observação como uma das técnicas de coleta de dados a ser utilizada. Para a finalidade exploratória deste artigo e o papel a ser desempenhado pelos pesquisadores em campo, a forma de observação definida foi a não-participante.

Foram observadas, durante o “recreio”, crianças e adolescentes com idade entre 10 e 14 anos. A definição da faixa etária para a realização de pesquisas com crianças e adolescentes segue a sugestão de John (1999), uma vez que cada etapa do processo de socialização possui características distintas. As observações foram realizadas por dois pesquisadores com a utilização de um roteiro de observação. Esses cuidados foram tomados visando à confiabilidade interna (Godoy, 2005). O roteiro de observação (APÊNDICE A) foi desenvolvido a partir dos parâmetros do bem-estar alimentar descritos por Bublitz et al. (2011).

Para auxiliar a posterior análise das observações, os pesquisadores registraram algumas imagens das cantinas antes e depois dos horários dos intervalos com consentimento dos proprietários. Não foram registradas imagens durante os intervalos para garantir a privacidade das crianças e adolescentes, atendendo às diretrizes éticas sugeridas para pesquisas com esse público (Fargas-Malet et al., 2010).

Como técnica complementar de observação, foram realizadas entrevistas em profundidade com os proprietários (que também atuam como atendentes) das cantinas observadas, com o objetivo de capturar o ponto de vista e explorar a experiência dos entrevistados, que são participantes importantes do ambiente estudado. Essa triangulação de técnicas de coletas de dados teve como objetivo buscar a validade interna (Godoy, 2005).

As entrevistas em profundidade são bastante recorrentes em pesquisas qualitativas com finalidade exploratória na área de Administração, e têm como propósitos explorar pontos de vistas, experiências, crenças e/ou motivações dos entrevistados (Oliveira, Martins, & Vasconcelos, 2012). As entrevistas foram realizadas com uso de um roteiro, o que as caracteriza como semiestruturadas (Selltiz, Wrightsman, & Cook, 1987).

As entrevistas seguiram o mesmo roteiro utilizado nas observações (APÊNDICE A), com o acréscimo das seguintes perguntas complementares:

1. Quem define os alimentos e bebidas que estarão disponíveis aos alunos na cantina?
2. Há preocupação em disponibilizar alimentos e bebidas naturais/saudáveis aos alunos?
3. Existe supervisão de nutricionista para definir os alimentos e bebidas que serão oferecidos aos alunos na cantina?

4. Existe interesse ou preferência dos alunos por alimentos naturais/saudáveis?
5. Os alunos costumam se manifestar para pedir exclusão ou inclusão de certos alimentos ou bebidas do cardápio? Quais são os pedidos mais frequentes?
6. Os pais/mães dos alunos costumam se manifestar para pedir exclusão ou inclusão de certos alimentos ou bebidas do cardápio? Quais são os pedidos mais frequentes?
7. Como são definidos os materiais de comunicação que são colocados na área da cantina? Os alunos consultam esses materiais ou perguntam algo relacionado a eles?

As duas entrevistas foram gravadas com o prévio consentimento dos entrevistados e, para facilitar a análise e desenvolvimento do relatório, foram transcritas.

2.4 ANÁLISE DOS DADOS

O objetivo desta seção é contextualizar e apresentar o relatório, tanto das observações quanto das entrevistas realizadas. No final da seção, será apresentado um quadro com o cotejo dos dados levantados e analisados, que resume os resultados obtidos.

2.4.1 Contexto das Observações

As observações foram realizadas em duas escolas particulares nos dias 20 e 21 de junho de 2016. No dia 20, as observações foram realizadas em uma escola localizada na cidade de Guaratinguetá/SP e no dia 21, as observações foram realizadas em uma escola localizada na cidade de Lorena/SP. A observação foi feita no ambiente das cantinas e arredores, no período da manhã.

Alguns aspectos pontuais podem ter impactado no contexto da observação: a. Nos dois dias a temperatura era típica de uma manhã de outono, entre 12°C e 17°C; b. As observações realizadas na primeira escola ocorreram em dia de prova; e c. No primeiro intervalo observado na segunda escola, ocorreu no pátio uma atividade dos alunos de 8º ano da disciplina de espanhol na qual os alunos trouxeram comidas típicas de países de língua espanhola.

Como a presente pesquisa tem como um dos objetivos observar como crianças e adolescentes se comportam na “hora do recreio” em relação à alimentação, foi definido como público-alvo alunos do ensino fundamental II (6º a 9º ano) com idade entre 10 e 14 anos. Em cada escola, esses alunos têm dois intervalos com duração de 20 minutos cada um, e a observação foi realizada nos dois intervalos de ambas as escolas. O valor médio da anuidade dos dois colégios

para o ensino fundamental II é de R\$12 mil, e a quantidade total estimada de alunos observados nas duas escolas foi de 390.

As cantinas dos dois colégios utilizam processo de compra de ficha no caixa para posterior pedido dos alimentos e bebidas no balcão. Alguns alimentos, especialmente balas, chocolates e outras guloseimas, são expostos e vendidos diretamente no caixa, sem a necessidade de compra de ficha. Os alunos não podem permanecer nas salas de aula durante o intervalo e são orientados a não consumir alimentos e bebidas fora dos horários de intervalo.

2.4.2 Relatório das Observações

Antes do início dos intervalos, os pesquisadores realizaram uma observação prévia do espaço das cantinas e pátios adjacentes para melhor compreender o ambiente. São poucos os materiais de comunicação colocados nas cantinas, e todos privilegiam alimentos não saudáveis como doces e bebidas industrializadas. A exposição de cardápio com preços foi identificada apenas em uma das cantinas e, mesmo assim, nem todas as opções disponíveis estavam nele contempladas. A outra cantina não possui a relação de alimentos e preços exposta, apenas a indicação do valor de algumas balas e chocolates presentes no próprio caixa. Nessa mesma cantina, notou-se que salgados fritos não estavam disponíveis.

O início dos intervalos é marcado por um sinal sonoro. Porém, mesmo antes dele, foi possível observar alguns alunos já se aproximando da cantina. Após o sinal de início do intervalo, os alunos formam uma fila no caixa das cantinas para comprar as fichas antes mesmo de observar as opções de alimentos e bebidas disponíveis nas estufas e geladeiras. Apenas em duas situações, foi possível identificar alunos observando as opções na geladeira e perguntando ao atendente antes de adquirir a ficha.

No momento da fila, os alunos estão reunidos em pequenos grupos, mas realizam a compra individualmente. Em situações muito pontuais os alunos dividem o custo dos alimentos e bebidas. Uma dessas situações observadas foi a de três alunos dividindo o custo de um refrigerante. Em outra situação, um aluno fez um empréstimo ou doação de dinheiro para que o colega comprasse um salgado. Não foi possível identificar se existe influência do grupo sobre a decisão de compra dos alunos.

Após a compra das fichas, os alunos se dirigem ao balcão para escolha do alimento e bebida que irão consumir. Em alguns momentos os alunos perguntam ao atendente as opções disponíveis. Nas estufas de salgados, por exemplo, não existe a identificação dos tipos e

recheios. Em outros momentos, os alunos fazem o pedido sem perguntar as opções disponíveis, apenas observando as opções disponíveis na estufa ou geladeira.

Poucas são as opções de alimentos saudáveis ou naturais nas duas cantinas onde as observações foram realizadas, restringindo-se a frutas (banana, maçã e pera, ou salada de frutas) e lanches “naturais” de pão (baguete ou de forma) com recheios de frios e salada. As opções de bebidas saudáveis são ainda mais restritas, apenas alguns sucos de caixinha sem adição de açúcares e conservantes, que foi consumido por apenas uma aluna. Em uma das cantinas existe uma bebida indicada como “suco” no cardápio, mas que, na realidade, é um refresco em pó que já fica pronto para o consumo e custa apenas R\$1,00. Essa bebida é bastante consumida pelos alunos da escola onde ela está disponível.

No geral, os preços dos alimentos mais saudáveis são similares aos demais. Por exemplo, um lanche “natural” no pão de forma custa o mesmo que um x-burguer. Porém, nos intervalos observados, foram identificados apenas dois momentos em que alimentos naturais foram consumidos: uma salada de frutas e uma maçã.

Os alimentos que os alunos trazem de casa são bastante variados, mas também não são naturais ou saudáveis. Poucos alunos trazem lanches preparados em casa, mas não foi possível identificar o tipo de recheio. No geral, os alunos trazem de casa alimentos industrializados, como biscoitos, bolachas, salgadinhos e outros snacks. As bebidas de eles trazem de casa, em menor número que os alimentos, são refrigerantes e bebidas de caixinha. Em uma situação única, foi possível observar que uma aluna trouxe chocolate quente em uma garrafa térmica.

No momento de consumir os alimentos e bebidas, os alunos utilizam os espaços disponíveis nas cantinas, os pátios, os corredores e os ambientes de recreação. Nesse momento, os alunos se mantêm em grupos, embora os alimentos e bebidas, na maioria das vezes, sejam consumidos individualmente. Em dois momentos específicos, observou-se alunos consumindo seus alimentos sozinhos. Porém, os alimentos consumidos eram similares aos dos demais alunos.

Os alimentos que costumam ser compartilhados são chocolates, balas, salgadinhos de pacote e outras guloseimas. A bebida que costuma ser compartilhada, situação que ocorre com menos frequência, é o refrigerante. Na situação acima citada da aluna que trouxe chocolate quente de casa, a bebida foi dividida com as amigas.

O fim dos intervalos é marcado, assim como o início, por um sinal sonoro. Nesse momento, foi possível observar que alguns alunos, antes de retornar às salas de aula, voltam ao caixa da cantina para comprar balas e doces. Após o fim do intervalo, observou-se que alguns alunos

permaneceram fora da sala de aula, sendo necessária a intervenção dos inspetores para que eles retornassem.

Observou-se que muitos alunos, ao menos a metade, aparentemente, não consumiu qualquer alimento durante os intervalos. Muitos permanecem em grupo conversando, escutando música, utilizando o celular ou praticando alguma atividade recreativa. Além disso, os alunos não aparentam estar acima ou abaixo do peso, o que não indica se as condições de saúde deles estão adequadas. Para esse propósito, a observação não é suficiente. Apenas com a observação também não foi possível identificar se os alunos compram alimentos e bebidas mais de uma vez no mesmo intervalo.

Foi possível perceber que a variedade de alimentos é grande dadas as dimensões das cantinas e das escolas. Porém, é possível identificar que os alunos, no geral, consomem alimentos e bebidas similares: salgados, refresco ou refrigerante, além de alguns tipos de balas e doces. O consumo de alimentos e bebidas naturais ou saudáveis não parece ser costume dos alunos observados nas duas escolas. Entretanto, não foi possível identificar se há interesse dos alunos por esse tipo de alimento.

2.4.3 Contexto das Entrevistas

As entrevistas foram realizadas com os proprietários das duas cantinas das escolas onde as observações foram feitas e tiveram duração aproximada de 20 minutos cada uma. Ressalta-se que nos dois casos os proprietários também exercem a função de atendentes e/ou caixa das cantinas. Para a elaboração do relatório foi adotada a nomenclatura “entrevistado A” e “entrevistado B” como identificadores dos respondentes. Uma das entrevistas foi respondida por duas pessoas, sócias da mesma cantina, simultaneamente. Para melhor compreensão, foi mantido o termo “entrevistado B” para essa situação.

2.4.4 Relatório das Entrevistas

O conteúdo das entrevistas foi analisado no contexto de cada um dos cinco parâmetros do bem-estar alimentar descritos por Bublitz et al. (2011) e o relatório dessa análise será apresentado a seguir. Além disso, serão apresentados alguns comentários adicionais relevantes ao tema da presente pesquisa que surgiram nos relatos dos entrevistados.

2.4.4.1 Fatores Sociais

Os fatores sociais relacionados ao bem-estar alimentar apresentados a seguir exploram o consumo e compartilhamento de alimentos e bebidas em grupo, a influência dos colegas na decisão de compra e a similaridade dos alimentos e bebidas consumidos pelos alunos.

O primeiro item relacionado aos fatores sociais é se os alunos chegam em grupo para realizar a compra na hora do intervalo. Houve divergência entre os entrevistados. O entrevistado A afirma que os alunos chegam em grupo: “Chegam para comprar juntos... entre dois, três...”. Já o entrevistado B diz que os alunos realizam a compra separados: “Individualizados. Mais individualizados”.

Os entrevistados também foram perguntados sobre a influência dos colegas na decisão de compra dos alunos. Nesse tópico houve concordância, os entrevistados afirmam que muitos alunos são influenciados pelos colegas, mas que alguns já chegam decididos e realizam a compra. O entrevistado A diz: “Alguns já vão determinados..., mas sempre tem aquele grupinho... um acaba influenciando o outro”. O entrevistado B ilustra esse aspecto afirmando: “Alguns influenciam os outros. Outros já vem definitivos, sabe o que quer, pega e compra”.

Sobre o consumo de alimentos em grupo, os entrevistados têm opiniões diferentes. O entrevistado A afirma que existe o hábito de compartilhar os alimentos e bebidas: “Sim, eles fazem muito isso”. O mesmo entrevistado também relata que os alunos costumam dividir o custo na hora da aquisição: “Muitas vezes fazem uma ‘vaquinha’. Eles sempre fazem essa jogada. Isso acontece bastante”. Já o entrevistado B diz que alguns compartilham os alimentos e bebidas, mas que não é comum: “Aqui não. Aqui é difícil”. Inclusive, o entrevistado afirma: “Às vezes eles esperam até o colega sair de perto para comprar, para não ter que dividir”.

Ainda sobre o consumo de alimentos e bebidas em grupo, o entrevistado A diz que eles são similares e complementa relatando sobre os alimentos e bebidas mais característicos: “O refrigerante... uma batatinha... uma pipoca de micro-ondas”.

O entrevistado B fala sobre outro aspecto social, a influência dos pais: “Os pais já direcionam o que é para pegar”. E destaca que isso acontece especialmente com os alunos que possuem conta na cantina, que é paga pelos pais no fim de cada mês: “Os que têm ‘continha’ geralmente é assim. Quando ele tem conta a gente controla”.

Sobre os alunos sofrerem discriminação por consumirem alimentos ou bebidas diferentes do que a maioria dos colegas consomem, o entrevistado A diz que isso não ocorre: “Não acredito que isso aconteça”. Já o entrevistado B relata um caso em que observou a discriminação: “Esses

dias um menino trouxe arroz doce, todo mundo ‘torceu o nariz’. Teve aluno até que saiu da mesa porque falava que estava passando mal de ver ele comendo aquilo”.

2.4.4.2 Aspectos Econômicos

Os relatos dos entrevistados sobre os aspectos econômicos ligados ao bem-estar alimentar se relacionam à disponibilidade de alimentos e bebidas naturais e os preços praticados pela cantina.

Sobre os alimentos e bebidas naturais nas cantinas, os entrevistados afirmam que disponibilizam esses tipos de produtos. O entrevistado A diz: “Eu sempre tenho uma fruta... eu tenho um lanchinho natural também...acaba sendo industrializado, então não sei se chega a ser natural”. O entrevistado B afirma: “Frutas, salada de frutas, essas coisas... e eles gostam”.

A diferença de preço entre os alimentos e bebidas naturais e os industrializados é relatada de forma similar pelos entrevistados, que consideram os naturais mais baratos que os industrializados. O entrevistado A diz: “Vou ter fruta de R\$ 2,00 a R\$ 2,50. O salgado é bem mais caro, o salgado é R\$ 3,80”. O entrevistado B faz a mesma comparação: “A fruta da época sai mais em conta do que um salgado”.

2.4.4.3 Consciência Alimentar

O parâmetro consciência alimentar abrange o costume dos alunos consumirem ou não alimentos e bebidas naturais. Os entrevistados falam ainda sobre o hábito dos alunos de trazerem alimentos de casa e os tipos de alimentos trazidos.

Em relação ao hábito de consumo de alimentos e bebidas naturais, o entrevistado B relata: “Agora eles estão aprendendo a comer mais”. Ele complementa dizendo que o fato de a cantina passar a oferecer esse tipo de alimentos e bebida influenciou o aumento dessa mudança de hábito dos alunos: “Eles não tinham contato. Eu acho que foi por a gente estar oferecendo para eles”. Já o entrevistado A afirma que os alunos não têm interesse por alimentos e bebidas naturais: “Não, de jeito nenhum”.

Sobre os alimentos e bebidas que os alunos trazem de casa, os entrevistados observam que existe esse tipo de comportamento, mas que os industrializados prevalecem sobre os naturais. O entrevistado A diz: “Até mesmo quando eles trazem, eles trazem sempre o que o outro tem o

hábito, que é o biscoito recheado, uma batata, ou coisas desse tipo”. O entrevistado B comenta: “Industrializados, totalmente. Só isso”.

2.4.4.4 Aspectos Emocionais

Os entrevistados abordam, dentro dos aspectos emocionais do bem-estar alimentar, o tipo de comunicação presente nas cantinas e a forma como essa comunicação influencia os hábitos de consumo dos alunos.

Os banners presentes nas cantinas são trazidos pelos fornecedores. O entrevistado A ilustra essa afirmação dizendo: “Eu tenho uma fornecedora de uma tortinha holandesa, ela mesmo traz”. O comentário do entrevistado B reforça: “O próprio fornecedor que geralmente traz e põe”. O entrevistado B comenta ainda sobre a preocupação em manter a estufa organizada para que os alunos vejam o que tem disponível: “Isso tem que ter. Eles não comem o que eles não veem”.

A influência da comunicação no hábito de consumo dos alunos foi ressaltada pelos dois entrevistados. O entrevistado A comenta: “Influencia bastante. Dependendo do que você coloca, eles já vão perguntar, já quer saber o preço, como é que é, tamanho...”. O entrevistado B fala sobre a importância da comunicação visual para produtos novos: “Novidade, eles não sabem. Daí você coloca ali. Depois que ele habituou, pronto. Você pode tirar que ele já sabe que tem”.

2.4.4.5 Traços Físicos e Psicológicos

Em relação a este parâmetro do bem-estar alimentar, os entrevistados comentam sobre os alunos estarem dentro do peso adequado ou não. Além disso, eles falam sobre o hábito dos alunos de consumirem alimentos e bebidas mais de uma vez no mesmo intervalo.

Os dois entrevistados relatam que a maioria dos alunos não tem o hábito de comprar alimentos e bebidas mais uma vez. O entrevistado A diz: “É raro uma criança repetir”. O entrevistado B complementa: “A minoria que vem de novo”.

Sobre os alunos aparentarem estar acima do peso adequado, o entrevistado A diz: “Acho que os adolescentes até que não, mas os menores, as crianças, sim”. Ele justifica essa diferença de perfil dos adolescentes em relação às crianças comentando: “Começa a vir a vaidade, praticam algum tipo de esporte... eu acredito que seja isso”. Já o entrevistado B apenas comenta: “Os que estão fora do peso não é influência da cantina, já vem de casa”.

2.4.4.6 Relatos Adicionais

Além dos cinco parâmetros do bem-estar alimentar apresentados acima, foi possível extrair das entrevistas alguns relatos relevantes dentro do contexto dos hábitos alimentares dos alunos na hora do intervalo, como a influência da cantina sobre a decisão de consumo dos alunos e outros aspectos relacionados à alimentação saudável.

Sobre a definição dos alimentos e bebidas colocados à disposição dos alunos nas cantinas, os dois entrevistados afirmam que a decisão é, geralmente, tomada pela própria cantina. Porém, essa decisão é influenciada pelos pais e alunos.

Para ilustrar a influência dos pais, o entrevistado A comenta sobre o caso de uma mãe que pediu para que a cantina não deixasse faltar suco de caju. Já o entrevistado B reproduz o comentário de uma mãe: “Meu filho só come coxinha, é uma coisa que não pode faltar”.

A influência dos alunos sobre a definição dos alimentos e bebidas presentes na cantina foi bastante comentado pelos entrevistados. O entrevistado A relata que os alunos costumam fazer comentários do tipo: “Tia, eu fiz uma viagem... tinha tal produto, por que você não traz?”. Ou ainda: “Tia, tem um produto assim que eu experimentei, traz aqui para vender”. O entrevistado B também comenta algo nesse sentido, dizendo que algumas vezes os alunos trazem a embalagem de determinado pedido e dizem: “Tia, coloca aqui para a gente”.

Em um caso específico relatado pelo entrevistado A, houve interferência da coordenação da escola na definição do cardápio: “Ela não deixava fritura... ficou estabelecido uma vez por semana eles comerem a coxinha”.

Os dois entrevistados acreditam que têm influência sobre o que os alunos consomem na cantina. O entrevistado A relata essa influência especificamente quando determinado alimento não está disponível e ele oferece outra opção. Já o entrevistado B é mais incisivo sobre conseguir influenciar os alunos: “A gente consegue”.

Sobre a opinião dos entrevistados em relação ao que seria uma alimentação saudável, os comentários abordam aspectos diferentes. O entrevistado A fala sobre um lanche rápido saudável: “Para mim seria um cereal, o leite... fruta, iogurte...”. Já o entrevistado B fala sobre o que deveria ser evitado: “Evitar fritura, evitar guloseimas”. Porém, afirma que isso deve ser feito com tom de orientação e não proibição: “Quanto mais você proibir, mais desperta a curiosidade neles”.

2.4.5 Cotejo dos Dados

Após as análises das observações e das entrevistas foi realizado o cotejo dos dados dentro dos cinco parâmetros do bem-estar alimentar. O resultado é apresentado na Figura 2.1.

Figura 2.1 – Cotejo dos Dados

Parâmetro do Bem-Estar Alimentar	Análise das Observações	Análise das Entrevistas
Fatores Sociais	<ul style="list-style-type: none"> • Os alunos costumam se reunir em pequenos grupos, mas realizam a compra individualmente; • Em situações muito pontuais os alunos dividem o custo dos alimentos/bebidas; • É possível identificar que os alunos, no geral, consomem alimentos e bebidas similares: salgados, refresco ou refrigerante, além de balas e doces; • Não foi possível identificar influência do grupo na escolha do alimento/bebida. 	<ul style="list-style-type: none"> • As compras são realizadas em pequenos grupos; • Relato de influência de alguns alunos sobre outros; • Consumo de alimentos similares com alguns compartilhamentos; • Situação pontual de comida trazida de casa na qual houve discriminação.
Aspectos Econômicos	<ul style="list-style-type: none"> • Poucas são as opções de alimentos saudáveis ou naturais nas duas cantinas onde as observações foram realizadas, restringindo-se a algumas frutas e lanches “naturais” com recheios de frios e salada; • No geral, os preços dos alimentos mais saudáveis são similares aos demais. 	<ul style="list-style-type: none"> • Disponibilizam alimentos naturais nas cantinas e os consideram mais baratos que os industrializados.
Consciência Alimentar	<ul style="list-style-type: none"> • O consumo de alimentos/bebidas naturais/saudáveis não parece ser costume dos alunos observados; • Os alimentos/bebidas que os alunos trazem de casa são bastante variados, mas também não são naturais/saudáveis. 	<ul style="list-style-type: none"> • Os alunos estão começando a consumir mais alimentos/bebidas naturais/saudáveis; • O fato de a cantina oferecer esse tipo de alimento/bebida influenciou a mudança de hábito dos alunos; • Os entrevistados observam que os alunos trazem alimentos de casa, mas que os industrializados prevalecem.

(continua)

Figura 2.1 – Cotejo dos Dados (Continuação)

Parâmetro do Bem-Estar Alimentar	Análise das Observações	Análise das Entrevistas
Aspectos Emocionais	<ul style="list-style-type: none"> • São poucos os materiais de comunicação colocados nas cantinas, mas todos privilegiam alimentos não saudáveis, como doces e bebidas industrializadas. 	<ul style="list-style-type: none"> • A influência da comunicação no hábito de consumo dos alunos foi ressaltada pelos dois entrevistados; • Preocupação em manter a estufa organizada para que os alunos vejam o que tem disponível; • Os dois entrevistados acreditam que têm influência sobre o que os alunos consomem na cantina.
Traços Físicos e Psicológicos	<ul style="list-style-type: none"> • Os alunos não aparentam estar acima ou abaixo do peso, o que, por sua vez, não indica se as condições de saúde deles estão adequadas. • Não foi possível identificar se os alunos compram alimentos/bebidas mais de uma vez no mesmo intervalo. 	<ul style="list-style-type: none"> • Os dois entrevistados relatam que a maioria dos alunos não tem o hábito de comprar alimentos/bebidas mais uma vez.

Fonte: Elaborada pelo autor.

2.5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este estudo buscou explorar o relacionamento de crianças e adolescentes com os alimentos na perspectiva dos parâmetros do bem-estar alimentar propostos por Bublitz et al. (2011). Por meio das análises e cotejo dos dados, foi possível interpretar que as cantinas das escolas e o comportamento dos alunos pesquisados em relação aos alimentos, não mostram atitudes ligadas à alimentação saudável, assunto de interesse da PTC (Mick, 2006; Mick et al., 2012). A pesquisa identificou também a relevância dos fatores sociais, ilustrados pela influência exercida por pares e pelo ambiente escolar nos hábitos das crianças e adolescentes, assunto presente em estudos sobre socialização do consumidor (Ward, 1974; Moschis & Churchill Jr., 1978). Contudo, percebe-se que essa influência não aponta para bem-estar alimentar, privilegiando o consumo de alimentos industrializados e não saudáveis. Nota-se ainda que essa preferência não

se dá pelo preço, mas principalmente pela conveniência, pois poucos alimentos naturais/saudáveis estão à disposição dos alunos nas cantinas.

As limitações desta pesquisa estão relacionadas, principalmente, às limitações próprias das técnicas de coleta de dados utilizadas. O uso de observação não permite determinar as razões dos comportamentos observados, além de alguns dados serem de difícil coleta (Vieira & Tibola, 2005). Já as entrevistas tendem a variar de uma para outra, além de a presença do entrevistador poder fazer com que o entrevistado fique retraído (Selltiz et al., 1987).

Como sugestões para estudo futuros, recomenda-se a aplicação de questionários com abordagem quantitativa para captar as opiniões das crianças e adolescentes sobre seus hábitos alimentares na “hora do recreio”. A utilização do conceito de bem-estar alimentar para a análise dos dados obtidos também é sugerida como complemento. Entrevistas em profundidade com os pais dos alunos também pode ser uma forma de melhorar a compreensão sobre a relação das crianças e adolescentes com os alimentos e também de entender os hábitos alimentares sob a perspectiva do bem-estar alimentar.

3 ARTIGO II – BEM-ESTAR ALIMENTAR DE CRIANÇAS E ADOLESCENTES: O PAPEL DOS PAIS E DA ESCOLA NA LITERACIA ALIMENTAR

3.1 INTRODUÇÃO

A discussão de assuntos relacionados à alimentação de crianças e adolescentes tem ganhado relevância em todo o mundo nos últimos anos. O problema da obesidade infantil, por exemplo, tem sido amplamente discutido dado seu impacto não só para o indivíduo, mas também para a sociedade como um todo (Ebbeling, Pawlak, & Ludvig, 2002; Koplan, Liverman, & Kraak, 2005). No Brasil, não é diferente. A propaganda de alimentos não-saudáveis para crianças e adolescentes, bem como todo tipo de propaganda direcionada ao público infantil, tem sido questionada pela sociedade e regulamentada pelo poder público (Resolução n. 408, 2009; Resolução n. 163, 2014). Ainda nesse contexto, a comercialização de alimentos nas escolas começa a ser regulamentada em alguns Estados e cidades (Decreto 36.900, 2015; Decreto n. 56.913, 2016; Lei n. 4.352, 2016).

A alimentação de crianças e adolescentes também vem sendo amplamente discutida na academia por pesquisadores de diferentes áreas, como Nutrição, Saúde Pública, Psicologia e Marketing. Entre os temas estudados, podemos citar a qualidade nutricional da dieta de crianças e adolescentes (Bueno, Fisberg, Maximino, Rodrigues, & Fisberg, 2013; Fisberg, Del’Arco, Previdelli, Tosatti, & Nogueira-de-Almeida, 2015), distúrbios alimentares na infância (Naderkoorn, Dassen, Franken, Resch, & Houben, 2015), e como a criança e o adolescente são influenciados na escolha dos alimentos que consomem, que inclui o impacto da propaganda (Dixon, Scully, Wakefield, White, & Crowford, 2007; Boyland & Halford, 2013), o ambiente escolar (Lakkakula, Geaghan, Wong, Zanovec, Pierce, & Tuuri, 2011; Osborne, & Forestell, 2012), e o papel dos pais (Videon & Manning, 2003; Khandpur, Charles, Blaine, Blake, & Davison, 2016).

Mais recentemente, dentro da Pesquisa Transformativa do Consumidor (PTC), um movimento que vem ganhando força na área de Comportamento do Consumidor (David, Ozanne, & Hill, 2016), surgiu o conceito de bem-estar alimentar, definido por Block et al. (2011) como “relação psicológica, física, emocional, e social positiva com os alimentos, tanto no nível individual quanto no nível coletivo” (p.6). Entre os aspectos relacionados ao bem-estar alimentar elencados pelos autores está a literacia alimentar. Além do conhecimento nutricional, a literacia alimentar também contempla o uso desse conhecimento para maximizar o bem-estar alimentar (Block et al., 2011; Bublitz et al., 2011).

Diante desse contexto, o presente artigo pretende colaborar com a discussão do papel dos pais e da escola na literacia alimentar das crianças e adolescentes. Para explorar essa relação, utilizamos o tema alimentação saudável, que, apesar de muito debatido, é bastante controverso e carece de uma definição mais amplamente aceita. Assim, abordaremos a alimentação de crianças e adolescentes sob a ótica do bem-estar alimentar, esperando contribuir com o movimento da PTC ao relacionar e debater temas que interessam a indivíduos, organizações, sociedade e também a diferentes áreas da academia.

3.2 REVISÃO DA LITERATURA

As teorias de bem-estar do consumidor, pesquisa transformativa do consumidor, bem-estar alimentar e literacia alimentar sustentam esta pesquisa. O objetivo desta seção é apresentar esses conceitos fundamentais para o desenvolvimento do artigo.

3.2.1 Bem-Estar do Consumidor

As reflexões sobre o que é uma vida boa passam por diferentes campos do conhecimento e há muito tempo são de interesse do ser humano (Mick, Pettigrew, Pechmann, & Ozanne, 2012). Um importante tema envolvido nessa discussão é o bem-estar do consumidor, conceito que acompanha a evolução histórica do conceito de Marketing. As primeiras preocupações com o bem-estar do consumidor, ainda sem a adoção desse termo, surgem junto com a concepção do Marketing como atividade profissional e acadêmica (Pancer & Handelman, 2012).

A abordagem institucional de Marketing, que tem origem no fim do século XIX na Universidade de Wisconsin nos Estados Unidos, coloca os consumidores como integrantes do sistema de Marketing e, por isso, merecedores de atenção (Pancer & Handelman, 2012). Porém, segundo os autores, do início do século XX até a década 1970, o bem-estar do consumidor deixa de ser relevante para as escolas de Marketing que prevaleceram nesse período.

Nos anos 1970, com a estruturação do campo do Macromarketing, o bem-estar do consumidor, agora já com a adoção desse termo, volta a ser discutido por profissionais e acadêmicos da área de Marketing (Pancer & Handelman, 2012). Desse período em diante, os estudos e a preocupação com o bem-estar do consumidor avançam, culminando, em meados da década de 2000, na organização do movimento intitulado Transformative Consumer Research, traduzido neste artigo como Pesquisa Transformativa do Consumidor (PTC).

3.2.2 Pesquisa Transformativa do Consumidor

Por envolver diferentes áreas do conhecimento, o estudo do bem-estar do consumidor é muito complexo, e acaba ficando bastante fragmentado (Mick et al., 2012). A Pesquisa Transformativa do Consumidor (PTC), termo que surge em Mick (2006) para designar pesquisas em comportamento do consumidor com foco no bem-estar dos indivíduos e sociedades, é hoje um movimento que envolve pesquisadores do mundo todo em pesquisas com foco em temas como consumidores vulneráveis, alimentação e obesidade, jogos de azar e doação de órgãos (Davis, Ozanne, & Hill, 2016).

Figura 3.1 – Características da Pesquisa Transformativa

ETAPAS	CARACTERÍSTICAS
Identificação do Problema	- Problemas sociais significativos estudados de maneira complexa; - Abordagem longitudinal e com múltiplas perspectivas.
Equipe de Pesquisa	- Transdisciplinar e multicultural, com experiências, habilidades e interesses diversificados.
Definição da Amostra	- Flexível e criativa, equilibrando rigor e relevância.
Recrutamento	- Ir além dos padrões de conselhos de revisão institucionais; - Encorajar benefícios consequentes.
Técnicas de Coleta de Dados	- Ampliar a variedade de técnicas de coletas de dados; - Inovação nos métodos para alavancar os pontos fortes dos participantes e se manter contextualmente fundamentado.
Análise dos Dados	- Análise colaborativa entre pesquisadores e participantes; - Construir conhecimento relevante para a sociedade.
Linguagem de Apresentação dos Resultados	- A apresentação cuidadosa dos resultados é fundamental para que a pesquisa tenha relevância.
Disseminação	- Utilizar veículos de comunicação de impacto e que estejam ao alcance do consumidor.

Fonte: Elaborada pelo autor.

Muitos desses temas evoluíram para realidades paradoxais. Enquanto em regiões subdesenvolvidas e em desenvolvimento milhões de pessoas não têm suas necessidades básicas garantidas, em regiões economicamente vigorosas, o consumo atingiu volume e variedade inimagináveis há algumas décadas (Mick et al., 2012). Os autores argumentam que esse padrão de consumo excessivo trouxe consequências negativas aos indivíduos e sociedades, que acabam se comportando de maneira destrutiva.

A PTC está comprometida com seis objetivos principais (Mick et al., 2012): promover o bem-estar, encorajar a diversidade de paradigmas, empregar teorias e métodos rigorosos, evidenciar contextos socioculturais e situacionais, formar parcerias com consumidores e os que zelam por eles e divulgar os resultados para stakeholders relevantes. Os autores também projetam quatro características para a PTC: sabedoria prática, contribuições teóricas, agente de mudança social e estratégias de comunicação alternativas.

As pesquisas transformativas se diferenciam das pesquisas tradicionais em todas as etapas de seu planejamento, execução e publicação. Crocket, Downey, Firat, Ozanne e Pettigrew (2013) caracterizam cada uma das etapas da PTC, conforme apresentado na Figura 3.1.

3.2.3 Bem-Estar Alimentar

No contexto da PTC, surge a ideia de bem-estar alimentar, que é definido por Block et al. (2011) como “relação psicológica, física, emocional, e social positiva com os alimentos, tanto no nível individual quanto no nível coletivo” (p.6). Os autores sugerem a mudança do estudo da alimentação sob a perspectiva da saúde/nutrição, propondo que a alimentação deve ser entendida como fator que impacta o bem-estar de forma mais ampla, e propõem cinco componentes do bem-estar alimentar: socialização alimentar, literacia alimentar, marketing de alimentos, disponibilidade alimentar e políticas alimentares.

Ainda no paradigma da PTC, Bublitz et al. (2011; 2012) apresentam o bem-estar alimentar como um contínuo e propõem cinco parâmetros, similares aos cinco componentes propostos anteriormente por Block et al. (2011), para definir onde cada indivíduo se encontra nesse contínuo: fatores sociais, aspectos econômicos, literacia alimentar, aspectos emocionais, e traços físicos e psicológicos. Desses parâmetros, o que interessa ao objetivo dessa pesquisa é a literacia alimentar.

3.2.4 Literacia Alimentar

O parâmetro literacia alimentar contempla, além do conhecimento nutricional, o uso desse conhecimento para maximizar o bem-estar alimentar (Block et al., 2011; Bublitz et al., 2011; 2012). A proposta de Block et al. (2011), também compartilhada por Bublitz et al. (2011;2012) é de que a literacia alimentar possui três componentes principais: 1. O conhecimento conceitual ou declarado, a noção do que é alimentação saudável; 2. O conhecimento processual, ou seja, saber o que é necessário para avançar no sentido do bem-estar alimentar; e 3. A habilidade, oportunidade e motivação para colocar em prática hábitos alimentares saudáveis.

A discussão sobre literacia alimentar não é exclusividade dos trabalhos em Saúde e Nutrição. Pelo contrário, o tema é estudado em outras áreas como Educação, Economia Doméstica e Comportamento do Consumidor (Benn, 2014). Essa última é contemplada neste trabalho sob a ótica da PTC. Dada sua complexidade e controvérsia, Vidgen e Gallegos (2014) realizam uma ampla pesquisa para definir literacia alimentar e sugerir seus componentes. Os autores definem literacia alimentar como “um conjunto de conhecimentos, habilidades e comportamentos inter-relacionados, necessários para planejar, gerir, selecionar, preparar e comer conforme a necessidade, determinando a ingestão de alimentos” (p. 54). Os componentes da literacia alimentar são separados em quatro grandes grupos: 1. Planejar e gerir; 2. Selecionar; 3. Preparar; e 4. Comer (Vidgen & Gallegos, 2014).

Assim como Vidgen e Gallegos (2014), Pendergast e Dewhurst (2012) destacam que é na infância que o processo de literacia alimentar se inicia e sugerem que esse seja um período determinante na relação que o indivíduo terá com os alimentos ao longo de sua vida. Dessa forma, fica claro o impacto da literacia alimentar diretamente no bem-estar alimentar e indiretamente no bem-estar do indivíduo de forma geral. As principais influências que as crianças recebem nesse sentido são os pais, professores, empresas de alimentos, e escolas (Pendergast & Dewhurst, 2012).

3.3 MÉTODO

Consonante ao objetivo de discutir o papel dos pais e da escola na literacia alimentar das crianças e adolescentes, a metodologia adotada nesta pesquisa é de natureza exploratória e abordagem qualitativa, com suporte pontual da estatística descritiva. Segundo Denzin e Lincoln (2011), a pesquisa qualitativa dá ênfase nas entidades, nos processos e significados que não são

examinados por experimentos ou medidos em termos de quantidade, amostra, intensidade ou frequência.

A parte mais representativa dos dados foi obtida por meio de questionário estruturado (APÊNDICE B), aplicados a crianças do Ensino Fundamental II com idades de 10 a 14 anos, conforme será detalhado a seguir. Como complemento, realizamos duas entrevistas com os coordenadores pedagógicos das duas escolas onde os questionários foram aplicados.

Realizamos essa segunda parte da coleta com o objetivo de enriquecer a discussão sobre o papel da escola na literacia alimentar das crianças e adolescentes, parte de nosso objetivo que carecia de profundidade somente com os questionários. Essa triangulação de técnicas de coleta de dados também teve como objetivo melhorar a validade interna da pesquisa (Godoy, 2005).

3.3.1 Estruturação do Questionário

O questionário utilizado neste estudo foi estruturado e aplicado como parte da pesquisa que resultou no artigo “Hora do recreio: A relação de crianças e adolescentes com os alimentos na perspectiva do bem-estar alimentar” (Rocha, Chaim & Veloso, 2017). Entretanto, naquele momento, os pesquisadores apenas utilizaram as informações de sexo e idade presentes no questionário, pois julgaram mais adequada a combinação de técnicas de observação e entrevista para alcançar o objetivo proposto. Assim, além de sexo e idade, para o presente estudo foram utilizadas as três perguntas reproduzidas a seguir:

1. Para você, o que é uma alimentação saudável?

2. Você tem uma alimentação saudável?

() Sim

() Não

() Mais ou Menos

() Não Sei

3. Seus pais conversam com você sobre alimentação? O que eles falam para você sobre esse assunto?

Esse recorte proposto atende a parte do objetivo desta pesquisa, ou seja, de discutir o papel dos pais na literacia alimentar das crianças e adolescentes ao confrontar a opinião das crianças e adolescentes sobre alimentação saudável e o que os pais conversam com eles sobre o assunto. Realizamos um teste do questionário com uma turma de alunos dentro da faixa etária alvo da pesquisa. Testamos o entendimento em relação às perguntas e os incentivamos a darem sugestões. Como resultado, incluímos a opção “Mais ou Menos” para resposta à pergunta “Você tem uma alimentação saudável?”, atendendo às sugestões dos participantes.

3.3.2 Contextos e Procedimentos de Coleta

Os questionários foram aplicados nos dias 20 e 21 de junho de 2016 em duas escolas particulares das cidades de Guaratinguetá e Lorena, ambas no Estado de São Paulo. As escolas foram definidas por conveniência de acesso dos pesquisadores e por representarem e permitirem maior agrupamento do público-alvo pretendido na pesquisa, ou seja, crianças e adolescentes de 10 a 14 anos.

Foram aplicados 390 questionários no total das duas escolas em todas as turmas de 6º ao 9º ano do Ensino Fundamental II, que compreendem a faixa etária pretendida, logo após o intervalo. Os dados foram transcritos e tabulados integralmente antes de serem analisados. Dos questionários aplicados, cinco foram descartados por rasura nas respostas que tornaram a compreensão inviável, totalizando 385 questionários analisados.

As duas entrevistas foram realizadas com os coordenadores pedagógicos das duas escolas acima citadas no início de 2018. A duração das duas entrevistas foi bastante próxima, cerca de 35 minutos. O pesquisador que realizou a entrevista utilizou um roteiro estruturado a partir dos quatro grupos de componentes da literacia alimentar propostos por Vidgen e Gallegos (2014) com intervenções das definições de Block et al. (2011) e Bublitz et al. (2011 e 2012) para o parâmetro de literacia alimentar dentro da PTC. As entrevistas foram transcritas para análise posterior.

3.3.3 Análise dos Dados

Com inspiração nos métodos propostos por Bardin (2009) e Bernard e Ryan (2010), a análise de conteúdo dos questionários realizada neste estudo seguiu os seguintes passos:

1. Dois dos pesquisadores analisaram as respostas individualmente e sugeriram categorias para a classificação dos assuntos identificados nas respostas;
2. A primeira etapa da análise resultou em um total de 20 categorias, que foram reduzidas para 10 após discussão entre três dos pesquisadores para agrupamento, eliminação ou inclusão de categorias;
3. Dois dos pesquisadores, individualmente, analisaram e classificaram as respostas considerando as 10 categorias definidas no passo 2;

4. O total de respostas de cada categoria identificado pelos dois pesquisadores foi somado e, para viabilizar a análise, foram calculadas a média e a porcentagem de aparição de cada categoria nas respostas. Esse passo foi repetido por três vezes para que a concordância entre os dois pesquisadores se aprimorasse.

As 10 categorias usadas nas análises e a definição dada pelos pesquisadores para a identificação delas nas respostas estão apresentadas no Figura 3.2.

Figura 3.2 – Categorias e Descrições

CATEGORIA	DESCRIÇÃO
Normativo/Restritivo	Sugerem o que se pode ou não comer.
Saúde	Representem bem-estar, prevenções de doenças e preocupação com o futuro.
Atividade Física	Relacionam alimentação com práticas esportivas e atividades físicas.
Variedade/Equilíbrio	Respostas que incluem “prato colorido”, “comer de tudo um pouco” ou “comer com equilíbrio”, entre outras similares.
Emagrecer/Engordar	Expressões de alimentos que engordam ou emagrecem.
Quantidade	Tanto para excesso quanto para carência.
Horário/Frequência	Expressões de alimentação na hora certa ou com determinada frequência.
Frutas, verduras, orgânicos, naturais etc.	Respostas que citam especificamente algumas frutas, verduras ou legumes, até respostas mais abrangentes como alimentos orgânicos ou naturais.
Água	Expressões que relacionam a alimentação com ingestão de água.
Respostas Genéricas	Respostas vagas como “comer bem”, “se alimentar melhor” ou “comer alimentos saudáveis”, entre outras análogas.

Fonte: Elaborada pelo autor.

Já as entrevistas foram utilizadas para extrairmos dados referentes ao papel da escola na literacia alimentar das crianças e adolescentes. Para isso, também utilizamos a análise de conteúdo, mas com uma abordagem diferente. Inspirados no trabalho de Scagliusi, Pereira, Unsain e Sato

(2016), recortamos os trechos das entrevistas que continham as palavras “escola” e “colégio” e os extraímos para análise.

Esses processos realizados permitiram-nos analisar relações e conteúdos que auxiliaram na interpretação de uma realidade como uma montagem ou bricolagem entre os dados obtidos, conforme sugerem Bernard e Ryan (2010) e Denzin & Lincoln (2011).

3.4 RESULTADOS

Ao todo, foram analisados 385 questionários. 198 (52%) respondentes eram do sexo masculino e 186 (48%) do sexo feminino. Um dos respondentes não respondeu a essa pergunta. Em relação à idade dos respondentes, 90 (23%) tinham 10 ou 11 anos, 111 (29%) tinham 12 anos e 184 (48%) tinham 13 ou 14 anos. Agrupamos as idades dessa forma para análise baseados no Estatuto da Criança e do Adolescente (ECA, 1990), que regulamenta os direitos das crianças e dos adolescentes no Brasil. A pessoa até 12 anos incompletos é considerada criança e o indivíduo que tem entre 12 e 18 anos incompletos é considerado adolescente (ECA, 1990). Como a idade de transição é de 12 anos, deixamo-la isolada e agrupamos os dois extremos.

3.4.1 Opinião das Crianças e Adolescentes

Neste item, apresentamos a análise das respostas às perguntas: “Para você, o que é uma alimentação saudável?” e “Você tem uma alimentação saudável?”. A Tabela 3.1 resume a porcentagem de aparição de cada categoria nas respostas após o procedimento de análise apresentado anteriormente.

A categoria “Frutas, verduras etc.” se destacou, aparecendo em 30% das respostas. Isso aponta para o que Block et al. (2011) apresentam como o paradigma antigo da alimentação, onde a associação que prevalece é entre comida e saúde, com indicação do que comer e do que não comer.

Por outro lado, a categoria “Variedade/Equilíbrio” é a segunda que mais aparece nas respostas, com 19%. Essa categoria já está mais alinhada com a proposta de bem-estar alimentar de Block et al. (2011), tendendo ao novo paradigma onde a alimentação está associada à relação positiva dos indivíduos com os alimentos.

Em seguida, as categorias “Quantidade” e “Saúde” aparecem quase com a mesma porcentagem, 15% e 14%, respectivamente. As respostas que envolvem quantões de quantidade indicaram a

opinião das crianças e adolescentes de que não se pode exagerar na ingestão de alimentos, bem como comer pouco também é prejudicial. Assim, podemos colocar essa categoria no paradigma do bem-estar alimentar proposto por Block et al. (2011), pois está bastante ligada à questão da relação com os alimentos. Já a categoria “Saúde” é a mais característica do que os autores chamam de paradigma antigo da alimentação.

Tabela 3.1 – Opinião das Crianças e dos Adolescentes (Divisão por Sexo)

	Geral	Feminino	Masculino
Frutas, verduras etc.	49%	51%	46%
Variedade/Equilíbrio	31%	35%	28%
Quantidade	25%	30%	20%
Saúde	23%	22%	23%
Normativo/Restritivo	15%	17%	11%
Respostas Genéricas	8%	5%	10%
Horário/Frequência	6%	8%	5%
Água	3%	1%	5%
Atividade Física	2%	3%	2%
Emagrecer/Engordar	2%	2%	2%

Fonte: Elaborada pelos autores.

Quando dividimos as crianças e adolescentes por sexo, é possível perceber algumas tendências interessantes na opinião deles sobre o que seria alimentação saudável, conforme ilustra a Tabela 3.1.

É possível observar as meninas apontando mais que os meninos, com diferenças de pelo menos 5%, assuntos que se enquadram nas categorias “Normativo/Restritivo”, “Variedade/Equilíbrio”, “Quantidade” e “Frutas, verduras etc.”. A diferença maior, de 10%, é observada na categoria “Quantidade”.

No sentido contrário, a categoria de “Respostas Genéricas” foi a com maior diferença, com os meninos superando as meninas em 5%. A categoria “Água” foi outra com alguma diferença, apontada pelos meninos 4% mais que pelas meninas.

A divisão das crianças e adolescentes por idade também apresenta algumas tendências interessantes em relação à opinião deles sobre alimentação saudável que também podem ser observadas na Tabela 3.2.

Tabela 3.2 - Opinião das Crianças e dos Adolescentes (Divisão por Idade)

	Geral	10-11 Anos	12 Anos	13-14 Anos
Frutas, verduras etc.	49%	63%	57%	37%
Variedade/Equilíbrio	31%	17%	24%	42%
Quantidade	25%	13%	20%	34%
Saúde	23%	14%	15%	31%
Normativo/Restritivo	15%	17%	14%	13%
Respostas Genéricas	8%	12%	9%	5%
Horário/Frequência	6%	3%	9%	6%
Água	3%	2%	4%	2%
Atividade Física	2%	4%	1%	2%
Emagrecer/Engordar	2%	3%	1%	2%

Fonte: Elaborada pelos autores.

É possível notar um crescimento quase uniforme das categorias “Variedade/Equilíbrio” e “Quantidade” conforme a idade das crianças e adolescentes avança. Isso é bastante positivo, já que as duas categorias, conforme já justificado acima, podem ser enquadradas no paradigma do bem-estar alimentar proposto por Block et al. (2011). Por outro lado, ocorre um salto na categoria “Saúde” nos adolescentes com idade de 13 e 14 anos. Essa categoria, conforme já citado anteriormente, é a mais característica do paradigma antigo da alimentação apresentado por Block et al. (2011).

Com tendência contrária, a categoria “Frutas, verduras etc.” é menos citada conforme a idade das crianças e adolescentes cresce. A mesma tendência pode ser observada nas categorias “Normativo/Restritivo” e “Respostas Genéricas”, mas com menor relevância.

Quando perguntadas se tinham uma alimentação saudável, a maioria das crianças (61%) respondeu “Mais ou Menos”. As outras respostas foram “Sim” (26%), “Não” (11%) e “Não Sei” (2%). O baixo percentual de respostas “Não Sei” é bastante interessante, pois mostra que as crianças e adolescentes têm uma opinião sobre sua própria alimentação. Isso indica que a alimentação é um assunto que interessa a eles.

A maioria de respostas “Mais ou Menos”, do ponto de vista da literacia alimentar (Block et al., 2011; Bublitz et al., 2011; 2012), pode ser entendida como as crianças e adolescentes no nível

em que sabem o que seria uma alimentação saudável, mas ainda não maximizam o bem-estar alimentar adotando práticas saudáveis de alimentação na maioria do tempo.

3.4.2 Papel dos Pais

Pendergast e Dewhurst (2012) colocam a influência dos pais como uma das mais importantes na literacia alimentar de crianças e adolescentes. Os 81% de respostas “Sim” quando as crianças e adolescentes foram perguntadas se os pais conversavam com elas sobre alimentação corrobora com a afirmação dos autores.

Tabela 3.3 – Conversas entre Pais e Filhos sobre Alimentação (Divisão por Sexo)

	Geral	Feminino	Masculino
Saúde	25%	32%	18%
Respostas Genéricas	23%	21%	25%
Normativo/Restritivo	22%	24%	19%
Frutas, verduras etc.	19%	23%	14%
Quantidade	10%	12%	9%
Variedade/Equilíbrio	9%	11%	8%
Emagrecer/Engordar	5%	6%	4%
Horário/Frequência	4%	5%	2%
Atividade Física	3%	4%	2%
Água	1%	2%	1%

Fonte: Elaborado pelos autores.

A Tabela 3.3, traz os assuntos relacionados à alimentação que os pais conversam com os filhos. As categorias utilizadas para análise são as mesmas utilizadas para analisar a opinião das crianças e adolescentes sobre alimentação saudável. Assim, é possível observar a importância dos pais na literacia e bem-estar alimentar dos filhos.

A categoria “Saúde”, característica do paradigma antigo da alimentação apresentado por Block et al. (2011), foi a que mais surgiu nos assuntos que as crianças e adolescente dizem que seus pais conversam sobre alimentação, em 21% das respostas. Desconsiderando as respostas genéricas, a segunda categoria mais relevante é “Normativo/Restritivo”, também característica do antigo paradigma da alimentação, mas esperada por se tratar da relação entre pais e filho.

Na sequência, outra categoria que podemos enquadrar no paradigma antigo definido pelos autores, e que aparece em 15% das respostas é “Frutas, verduras etc.”. Ou seja, nas conversas entre pais e filhos sobre alimentação, prevalece o paradigma antigo.

A Tabela 3.3 também ilustra a divisão das respostas das crianças e adolescentes por sexo. Nele, observamos que as três categorias destacadas no parágrafo anterior são as três que prevalecem com maior força nas respostas das meninas quando comparadas às respostas meninos. A diferença chega a 14% na categoria “Saúde”. A única categoria onde as respostas dos meninos são superiores às das meninas é a classificada como “Respostas Genéricas”.

Tabela 3.4 - Conversas entre Pais e Filhos sobre Alimentação (Divisão por Idade)

	Geral	10-11 Anos	12 Anos	13-14 Anos
Saúde	25%	34%	23%	21%
Respostas Genéricas	23%	21%	24%	23%
Normativo/Restritivo	22%	18%	19%	24%
Frutas, verduras etc.	19%	18%	19%	19%
Quantidade	10%	9%	7%	13%
Variedade/Equilíbrio	9%	7%	7%	12%
Emagrecer/Engordar	5%	5%	5%	4%
Horário/Frequência	4%	2%	3%	5%
Atividade Física	3%	3%	2%	2%
Água	1%	4%	0%	1%

Fonte: Elaborado pelos autores.

Quando divididas por idades, conforme podemos observar na Tabela 3.4, as respostas se mostram bastante equilibradas. A categoria “Normativo/Restritivo” apresenta leve crescimento conforme a idade aumenta enquanto a categoria “Saúde” tem mais respostas das crianças com idade de 10 e 11 anos, mas depois reduz bastante.

3.4.3 Papel da Escola

Ambos os entrevistados concordam que a alimentação das crianças e adolescentes na escola é diferente e pior que a alimentação deles em casa. Um dos entrevistados comenta que o momento de ausência dos pais é aproveitado pelos alunos para consumir alimentos que eles não

consomem em casa. Ele ilustra esse comentário com a fala de uma criança: “Ah, essa bala eu compro aqui no colégio porque em casa meu pai não deixa”. Já o outro entrevistado afirma que, quando a criança traz seu lanche de casa, ele costuma ser mais saudável de quando comprado na cantina.

Sobre a criança ser influenciada pelo ambiente da escola e pelos colegas, os dois entrevistados acreditam que essa influência é maior justamente na faixa etária compreendida por esta pesquisa. Um deles comenta que é nessa fase que eles começam a entender melhor a rotina da escola e que “a partir dessa rotina da escola, há uma influência muito grande dos colegas também sobre aquilo que eles comem e aquilo que eles não comem”. O outro entrevistado enxerga essa influência como indireta, “de ver algum colega consumindo, ficar com vontade e querer comer também”.

O papel da escola na literacia alimentar é apontado pelos dois entrevistados como muito importante. Um deles diz que “a escola pode desempenhar um papel importante nesse sentido, com projetos, informativos, trabalhos com os professores das áreas, talvez de biologia, química, ciências”. O outro entrevistado reforça essa importância dizendo que “tem que estar dentro da escola essa questão porque a partir do conhecimento, da leitura, da discussão, você adquire a consciência”.

Por outro lado, ambos os entrevistados reconhecem que as escolas precisam ser mais ativas em trabalhos que reforcem a literacia alimentar das crianças e adolescentes. Um deles acredita em ações dentro da sala de aula: “tem que ter realmente dentro do currículo da escola alguma coisa voltada a essas práticas. Porque eu acho que o estudo, que a educação, a escola, ensinam muito as crianças”. O outro observa a importância da cantina: “a cantina poderia fazer uma diferença grande nessa mudança de hábitos”.

A importância também dos pais na literacia alimentar das crianças e adolescentes é bastante recorrente nas falas dos entrevistados. Um deles afirma que “é um trabalho importante para fazer com o aluno, mas é um trabalho importante para fazer com a família também”. O outro comenta que “a orientação é o melhor caminho, aqui na escola e em casa também, com os pais, que tem um papel importante nesse sentido”. O destaque de um deles em relação à importância dos hábitos da família é bastante relevante: “como ele se comporta em casa, de como é feita a refeição, se eles sentam à mesa, se ele pode comer em frente à televisão”.

3.5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A combinação das análises das respostas das crianças e adolescentes sugere que o diálogo sobre alimentação entre pais e filhos ainda ocorre no contexto antigo de alimentação descrito por Block et al. (2011). Como foram coletadas e analisadas apenas a opinião de crianças e adolescentes sobre isso, uma limitação pode ser colocada nesse sentido. A sugestão seria realizar uma pesquisa semelhante, porém, entrevistando outros membros da mesma família, como sugerem Commuri e Gentry (2000).

Ao analisar a opinião das crianças e adolescentes sobre alimentação, ao contrário do que conversam com os pais, surgem assuntos que estão no novo paradigma do bem-estar alimentar (Block et al. 2011) emergem como relevantes. Isso pode indicar que as crianças e adolescentes também recebem outras influências, que podem vir da escola e dos colegas, como apontam Pendergast e Dewhurst (2012). A coleta pontual e restrita a escolas particulares com perfil demográfico semelhante pode ser apontada como outra limitação deste trabalho. Coletas mais amplas no tempo e perfil demográfico podem enriquecer a discussão acerca do tema.

Em relação ao papel da escola, ficou clara a importância desse ambiente para a literacia alimentar das crianças e adolescentes. Porém, os resultados indicam que as escolas poderiam ser mais ativas nesse sentido, pois as crianças e adolescentes tendem a se alimentarem melhor em casa do que na escola.

A proposta deste trabalho foi discutir o papel dos pais e da escola na literacia alimentar das crianças e adolescentes e buscou contribuir com o entendimento do conceito de literacia alimentar e alimentação saudável com uma categorização que pode auxiliar a definição dos termos, classificações e mensurações nas áreas que se interessam pelo tema. Nesse sentido, sugerimos pesquisas quantitativas mais específicas, abordagem não pretendida por este artigo.

Dentro da área de Marketing, mais especificamente em Comportamento do Consumidor, este trabalho contribui para o avanço da PTC ao explorar o parâmetro da literacia alimentar presente nos trabalhos que tratam do bem-estar alimentar (Block et al., 2011; Bublitz et al., 2011; 2012). Parte dessa contribuição foi possível ao trazermos, principalmente, o trabalho de Vidgen e Gallegos (2014) para o contexto da PTC.

4 ARTIGO III - O QUE AS CRIANÇAS E ADOLESCENTES COMEM NA ESCOLA? A ALIMENTAÇÃO ESCOLAR NA PERSPECTIVA TRANSFORMATIVA DO BEM-ESTAR ALIMENTAR

4.1 INTRODUÇÃO

Historicamente, grande parte das pesquisas em comportamento do consumidor tiveram como escopo auxiliar as empresas a entender como o consumidor se comporta e toma suas decisões de compra, mas sem se preocupar em resolver os problemas enfrentados pelos consumidores (Mick, 2008). Porém, um movimento acadêmico iniciado em 2006, que ganhou o nome de Pesquisa Transformativa do Consumidor (PTC), propõe uma alternativa a essa tendência (Davis, Ozanne, & Hill, 2016). O propósito da PTC é estudar o comportamento do consumidor visando a melhorar o bem-estar do consumidor (Mick, 2006).

As crianças, na abordagem transformativa, são consideradas um dos grupos de consumidores vulneráveis e em desenvolvimento, que merecem atenção especial das empresas que se relacionam com elas de alguma forma (Mick, Pettigrew, Pechmann, & Ozanne, 2012). Nesse estágio de desenvolvimento, a criança passa pelo processo de socialização (Moschis & Churchill, 1978). Na perspectiva do bem-estar alimentar, o processo de socialização é colocado no contexto da alimentação, caracterizado como socialização alimentar (Block et al., 2011) ou fatores sociais que influenciam a alimentação (Bublitz et al., 2011).

Bublitz et al. (2011) afirmam que a criança aprende sobre alimentação, principalmente, nas interações com a família e com os colegas. No caso de crianças em idade escolar, as interações com colegas ocorrem, especialmente, na escola (Veloso, Hildebrand & Campomar, 2012). Ainda na escola, a interação com professores e outras figuras de autoridade influenciam no processo de socialização (Moschis & Churchill, 1978). A importância da escola como agente de socialização alimentar é reforçada ainda pela cantina, que define a disponibilidade de alimentos (Block et al., 2011) que a criança terá acesso para comprar.

No Brasil, metade da população adulta está com excesso de peso e um terço das crianças brasileiras se encontra na mesma situação (Brasil, 2014). O modo de vida da população brasileira tem se transformado de forma rápida nas últimas décadas. Essas mudanças, que incluem padrão de saúde e consumo alimentar, resultaram no aumento expressivo do sobrepeso e da obesidade na população (Brasil, 2014).

Diante desse contexto, o objetivo desta pesquisa é explorar o contexto da alimentação das crianças e adolescentes na escola, identificando o que elas comem e como têm acesso a esses alimentos. Para atingir esse objetivo, aplicamos 390 questionários a crianças e adolescentes com idade entre 10 e 14 anos de duas escolas particulares do interior do Estado de São Paulo. As respostas obtidas foram analisadas sob a perspectiva do bem-estar alimentar (Block et al., 2011; Bublitz et al., 2011) e com base no Guia Alimentar para a População Brasileira (Brasil, 2014).

4.2 REFERENCIAL TEÓRICO

Esta seção contempla os principais temas que fundamentam esta pesquisa. Ou seja, socialização do consumidor, bem-estar alimentar, com detalhes de cada uma de suas cinco áreas centrais, e uma apresentação do Guia Alimentar para a População Brasileira (Brasil, 2014), que serviu como base para a classificação realizada.

4.2.1 Socialização do Consumidor

Como vivemos em um sistema capitalista, a socialização do consumidor é parte fundamental do processo de socialização da criança (Velooso et al., 2012). Durante esse processo, a criança aprende sobre papéis sociais e como os comportamentos variam de acordo com esses papéis, começando a entender como participar da sociedade (Ward, 1974). A família é o agente de socialização mais relevante no início desse processo, influenciando preferências e hábitos de consumo da criança (Massyliouk & Campos, 2016).

Um dos primeiros pesquisadores interessados na socialização do consumidor foi Ward (1974), com o objetivo de entender como produtos e marcas afetam a criança nesse processo. Os agentes de socialização são figuras centrais no processo de socialização do consumidor. Os primeiros autores que estudaram sobre esse assunto apontaram a família, a escola, a mídia de massa e os pares como os agentes de socialização mais relevantes (Moschis & Churchill Jr., 1978). Porém, pesquisas posteriores sobre o tema passaram a incluir os profissionais de marketing e a mídia como agentes de socialização do consumidor importantes (McNeal, 1987).

Mesmo com a mudança dos papéis dos agentes de socialização, os pares continuam sendo apontados como agentes importantes (John, 1999). E, no caso das crianças e adolescentes em idade escolar, os pares são os colegas. A partir dos sete anos de idade, as crianças começam a

dar importância ao que simbolizam produtos e marcas, entendendo que, para fazer parte de certo grupo, pode ser determinante escolher certos produtos e marcas, o que evidencia a influência do grupo no processo de socialização do consumidor (Veloso et al., 2012).

4.2.2 Bem-Estar Alimentar

O conceito de bem-estar alimentar, dentro do movimento da Pesquisa Transformativa do Consumidor (PTC), surge com Block et al. (2011). Os autores sugerem a mudança do estudo da alimentação sob a perspectiva da saúde, propondo que a alimentação está relacionada com o bem-estar de forma mais ampla. Para eles, o paradigma antigo (comida = saúde) é paternalista e normativo, impondo limitações e restrições ao consumidor que não resultam no bem-estar dele. O novo paradigma sugerido por eles (comida = bem-estar) é holístico e integrativo, com abordagem positiva e orientado para o consumidor.

Em 2011, Bublitz et al. formulam uma estrutura para facilitar a identificação do nível de bem-estar alimentar na perspectiva individual, com o objetivo de facilitar o estudo de como os consumidores podem melhorar seu bem-estar alimentar. Os autores propõem cinco áreas centrais que influenciam a forma como os consumidores se relacionam com a comida: literacia alimentar, aspectos econômicos, traços físicos e psicológicos, emoções e fatores sociais.

4.2.2.1 Literacia alimentar

Na perspectiva do bem-estar alimentar, o conceito de literacia alimentar surge da combinação de conhecimento conceitual com conhecimento processual, associados à habilidade, oportunidade e motivação para aplicar os conhecimentos (Block et al., 2011). Bublitz et al. (2011), com foco no nível individual do bem-estar alimentar, destacam a importância de entender o nível de literacia alimentar do consumidor. Para os autores, isso seria importante não apenas para ajudar na identificação do nível de bem-estar alimentar do consumidor, mas também para detectar as habilidades ou conhecimentos críticos para que ele possa melhorar esse nível identificado.

Pendergast e Dewhurst (2012) afirmam que é na infância que o processo de literacia alimentar se inicia, apontando esse período como fundamental na relação que o consumidor terá com os alimentos ao longo de sua vida. Segundo os autores, pais, professores, empresas de alimentos e escolas são as principais influências que as crianças recebem nesse estágio.

4.2.2.2 Aspectos Econômicos

O acesso a opções de alimentos saudáveis e o impacto do custo desses alimentos no orçamento dos consumidores é crítico para a melhoria do bem-estar alimentar (Bublitz et al., 2011). O fato de o indivíduo ser exposto com frequência a frutas e vegetais, por exemplo, impacta positivamente o consumo desses tipos de alimentos tanto no caso de adultos (McCormack, Lasca, Larson, & Story, 2010) quanto no caso de crianças (Heim, Stang, & Ireland, 2009). Já em relação aos recursos financeiros dos consumidores, Andrews, Netemeyer e Burton (2009) afirmam que quanto maior o nível de renda familiar, maior a consciência do indivíduo em relação aos efeitos da alimentação no longo prazo.

No caso dos aspectos econômicos, o nível coletivo impacta de maneira marcante o nível individual (Block et al., 2011). Os autores afirmam que é o consumidor que deve decidir o que comer fora de casa e em casa, mas que essa decisão depende muito das opções que o consumidor tem em seu cotidiano. Nesse sentido, o nível de literacia alimentar parece estar bastante relacionado aos aspectos econômicos. Essa relação entre as áreas centrais do bem-estar alimentar não só é esperada como também é característica dessa perspectiva (Block et al., 2011).

4.2.2.3 Traços Físicos e Psicológicos

A questão dos traços físicos e psicológicos não aparece no artigo de Block et al. (2011), que é o que inaugura o bem-estar alimentar dentro do movimento da PTC. Já em Bublitz et al. (2011), que têm como foco os aspectos individuais, observar esses traços é determinante. Os autores não descartam o uso de medidas tradicionais, como indicadores de saúde física e psicológica do indivíduo, condições médicas e nutricionais da família, além de informações demográficas. Porém, eles argumentam que é preciso considerar aspectos como imagem corporal, impulsividade e autocontrole.

Da intersecção entre as medidas tradicionais e os outros aspectos que Bublitz et al. (2011) sugerem considerar, surgem análises interessantes. Molloy e Herzberger (1998), por exemplo, chegaram à conclusão que mulheres afro-americanas possuem níveis mais altos de autoestima corporal quando comparadas a americanas caucasianas, mesmo com índices de massa corporal mais altos.

4.2.2.4 Emoções

Entender as emoções envolvidas no relacionamento dos consumidores com a comida é central para ajudar a determinar o nível de bem-estar alimentar do indivíduo (Bublitz et al., 2011). Os autores explicam que as emoções influenciam negativamente e positivamente as decisões alimentares dos consumidores, e argumentam que é possível ajudar os indivíduos a tomarem melhores decisões ao ensiná-los a lidar com as influências emocionais. Peter e Brinberg (2012) concordam com a essa possibilidade ao afirmam que os consumidores podem ser treinados a tomarem decisões alimentares mais saudáveis.

Tanto Bublitz et al. (2011) quanto Block et al. (2011) apontam as ações e mensagens de marketing de alimentos como influências fundamentais nas emoções dos consumidores e, conseqüentemente, nas decisões alimentares deles. Para Block et al. (2011), os profissionais de marketing utilizam vários construtos relevantes ao bem-estar alimentar em suas estratégias.

4.2.2.5 Fatores Sociais

Na perspectiva do bem-estar alimentar, Bublitz et al. (2011) consideram que avaliar a influência dos fatores sociais nos padrões de consumo alimentar do indivíduo é necessário para se compreender o nível de bem-estar alimentar do consumidor. Os autores afirmam que os consumidores aprendem sobre comida nas relações familiares e com os pares. Block et al. (2011) também destacam a importância do que eles chamam de socialização alimentar para determinar o nível de bem-estar alimentar do indivíduo.

Além da família e dos colegas, apontados por Bublitz et al. (2011) como agentes de socialização alimentar, Block et al. (2011) destacam a importância da mídia e do marketing nesse processo. Com foco no público infantil, Harris et al. (2009) avaliam o impacto do marketing de alimentos no aumento da obesidade infantil, concluindo que os efeitos das ações de marketing de alimentos têm efeitos nocivos e são de difícil regulação. Para os autores, as mensagens estão presentes em diversos locais e dão ênfase em alimentos pobres em nutrientes e ricos em calorias.

Por outro lado, a PTC sugere que o marketing de alimentos, ainda no papel de agente de socialização alimentar, pode ser aliado ao influenciar melhores decisões de consumo (Block et al., 2011). Goldberg e Gunasti (2007), por exemplo, discutem como cada um dos quatro Ps do composto de marketing pode ser usado para contribuir positivamente no sentido de reduzir os índices de obesidade entre os jovens.

4.2.3 Guia Alimentar para a População Brasileira

Com o objetivo de traçar diretrizes alimentares para a população brasileira, o Ministério da Saúde publicou em 2006 a primeira edição do Guia Alimentar para a População Brasileira (Brasil, 2014). Ciente da importância de diferentes setores da sociedade para melhorar a alimentação do brasileiro, o Ministério da Saúde submeteu o Guia a um processo de consulta pública. Após amplo debate com a sociedade, a segunda edição do Guia foi publicada em 2014, refletindo as mudanças pelas quais a sociedade brasileira estava passando (Brasil, 2014).

O Guia Alimentar para a População Brasileira é um “instrumento para apoiar e incentivar práticas alimentares saudáveis no âmbito individual e coletivo, bem como para subsidiar políticas, programas e ações que visem a incentivar, apoiar, proteger e promover a saúde e a segurança alimentar e nutricional da população” (Brasil, 2014). Assim, o Guia servirá de referência para a categorização dos dados coletados para esta pesquisa.

De acordo com o tipo de processamento a que é submetido em sua produção, o Guia Alimentar para a População Brasileira divide os alimentos em quatro categorias:

1. In natura ou minimamente processados: os alimentos in natura são adquiridos para consumo sem terem sofrido alterações depois de deixarem a natureza (Ex.: folhas, frutas e ovos). Já os alimentos minimamente processados são alimentos in natura que foram submetidos a alterações mínimas antes de serem adquiridos (Ex.: raízes e tubérculos lavados, carnes resfriadas ou congeladas, e leite pasteurizado);
2. Óleos, gorduras, sal e açúcar: são produtos extraídos de alimentos in natura ou da própria natureza e utilizados em preparações culinárias;
3. Processados: são produtos fabricados a partir de alimentos in natura ou minimamente processados, essencialmente com a adição de sal ou açúcar (Ex.: legumes em conserva, queijos e pães);
4. Ultraprocessados: a fabricação desses produtos envolve muitas etapas e técnicas de processamento, com a adição de diversos ingredientes, alguns deles de uso exclusivamente industrial (Ex.: refrigerantes, biscoitos recheados e salgadinhos de pacote).

A recomendação do Guia Alimentar para a População Brasileira é que a base da alimentação seja de alimentos in natura ou minimamente processados (Brasil, 2014). De acordo com o Guia, os óleos, gorduras, sal e açúcar devem ser usados com moderação em preparações culinárias que tenham como base alimentos in natura ou minimamente processados, tornando a

alimentação mais saborosa sem que fique nutricionalmente desbalanceada. Já o consumo de alimentos processados, segundo o Guia, deve ser limitado a pequenas quantidades em preparações culinárias que tenham como base alimentos in natura ou minimamente processados. Sobre os alimentos ultraprocessados, o Guia declara que devem ser evitados, pois são nutricionalmente desbalanceados e favorecem o consumo excessivo de calorias, além de afetarem negativamente a cultura, a vida social e o ambiente.

4.3 MÉTODO

Para explorar o contexto da alimentação das crianças e adolescentes na escola, identificando o que elas comem e como têm acesso a esses alimentos, optamos por uma pesquisa de natureza exploratória e com abordagem qualitativa apoiada pela estatística descritiva.

Os dados foram obtidos por meio de questionários estruturados, preenchidos pelos respondentes, com perguntas abertas e fechadas. As questões utilizadas neste estudo foram extraídas do questionário utilizado na pesquisa de Rocha, Chaim e Veloso (2017). Além das informações de sexo e idade, para esta pesquisa, utilizamos as seguintes questões:

1. Você comprou alguma comida ou bebida na cantina da escola para consumir no intervalo hoje?
 Sim Não
2. Escreva no quadro abaixo todas as comidas e bebidas que você comprou na cantina da escola para consumir no intervalo hoje.

Seguimos o mesmo padrão de perguntas para comidas e bebidas trazidas de casa e também para alimentos que as crianças e adolescentes pegaram dos colegas. A opção de deixar um quadro livre para as crianças e adolescentes se expressarem, foi inspirada no artigo de Fargas-Malet, McSherry, Larkin e Robinson (2010). Os autores sugerem que o método escolhido para realizar pesquisas com crianças e adolescentes, além de alinhado ao objetivo, deve respeitar as necessidades dos participantes, ser pautado pelo bom-senso e pela ética, e adequado aos fatores culturais e físicos onde a pesquisa é realizada. Levamos em consideração essas indicações nas escolhas realizadas durante nossa pesquisa.

Os questionários foram aplicados em junho de 2016 em duas escolas particulares das cidades de Guaratinguetá e Lorena, no Estado de São Paulo que tinham valor médio de mensalidade para o Ensino Fundamental II de R\$1 mil. Antes da aplicação, ajustamos o questionário após

teste em uma outra escola de mesmo perfil, na mesma região e com crianças da mesma faixa etária. Nas três escolas, a aplicação dos questionários foi realizada após autorização das respectivas direções.

Foram distribuídos pelos professores 390 questionários em turmas de 6º ao 9º ano do Ensino Fundamental II, que compreendem a faixa etária de 10 a 14 anos. Posteriormente, os dados foram transcritos e tabulados para análise. Dos questionários aplicados, dois foram descartados por apresentarem respostas rigorosamente iguais, o que indica que houve cópia entre os dois respondentes. Assim, foram analisados os 388 questionários restantes.

Como complemento, registramos algumas imagens das cantinas para dar mais robustez à análise e também para ilustrar alguns dos comentários apresentados a seguir. Não registramos imagens de qualquer criança ou adolescente a fim de preservar a privacidade deles, conforme recomenda Punch (2002).

4.4 ANÁLISE E DISCUSSÃO

Dos 388 respondentes, 188 são do sexo feminino e 199 do sexo masculino. Um dos respondentes deixou essa resposta em branco, mas as demais respostas dele foram consideradas. As idades variaram de 10 a 14 anos, sendo que 16 respondentes tinham 10 anos, 74 tinham 11 anos, 112 tinham 12 anos, 109 tinham 13 anos e 77 tinham 14 anos.

As 338 crianças e adolescentes respondentes declararam terem consumido um total de 883 alimentos e bebidas nos intervalos das aulas naquele dia. Isso resulta em uma média aproximada de 2,6 alimentos por indivíduo. Os alimentos trazidos de casa foram a maioria (331), seguidos dos comprados na cantina (280) e com os que pegaram dos colegas logo atrás (272).

Todos os alimentos e bebidas presentes nos questionários foram classificados de acordo com as instruções do Guia Alimentar para a População Brasileira (Brasil, 2014). Das quatro categorias, a de óleos, gorduras, sal e açúcar, não foi encontrada, como era de se esperar, pelo tipo de alimento com essa classificação. Alguns alimentos foram indicados “Sem Classificação” porque as respostas eram genéricas e não permitiram a classificação precisa dos alimentos (Ex.: pão, bolo e suco) ou porque não houve consenso entre os pesquisadores.

A classificação de todos os alimentos e bebidas é ilustrada pela Tabela 4.1, assim como a porcentagem representada por cada categoria. Os principais alimentos in natura ou minimamente processados citados pelos respondentes foram as frutas e a água. Na categoria

dos processados, prevaleceram alimentos preparados em casa, como alguns tipos de bolos, e outros como guacamole e arepa. Esses dois últimos alimentos, apesar de não fazerem parte do cardápio usual das crianças e adolescentes brasileiros, foram bastante citados pois, em uma das escolas, ocorreu no dia da coleta uma atividade da disciplina de espanhol na qual os alunos trouxeram de casa alimentos típicos de países de língua espanhola. Entre os alimentos ultraprocessados, destaque para enorme presença de refrigerantes, sucos industrializados, salgadinhos e outros tipos de salgados, além de doces e balas.

Tabela 4.1 – Classificação geral

CLASSIFICAÇÃO	QTD	%
<i>In Natura</i> ou Minimamente Processado	53	6%
Processado	38	4%
Ultraprocessado	711	81%
Sem Classificação	81	9%
TOTAL	883	100%

Fonte: Elaborada pelo autor

Quando isolados os alimentos comprados na cantina para análise, a proporção entre as categorias não muda muito, conforme pode ser observado na Tabela 4.2. A participação dos alimentos ultraprocessados tem uma leve alta, enquanto a dos *in natura* ou minimamente processados sofre ligeira queda.

Tabela 4.2 – Alimentos comprados na cantina

CLASSIFICAÇÃO	QTD	%
<i>In Natura</i> ou Minimamente Processado	10	4%
Processado	4	1%
Ultraprocessado	243	87%
Sem Classificação	23	8%
TOTAL	280	100%

Fonte: Elaborada pelo autor.

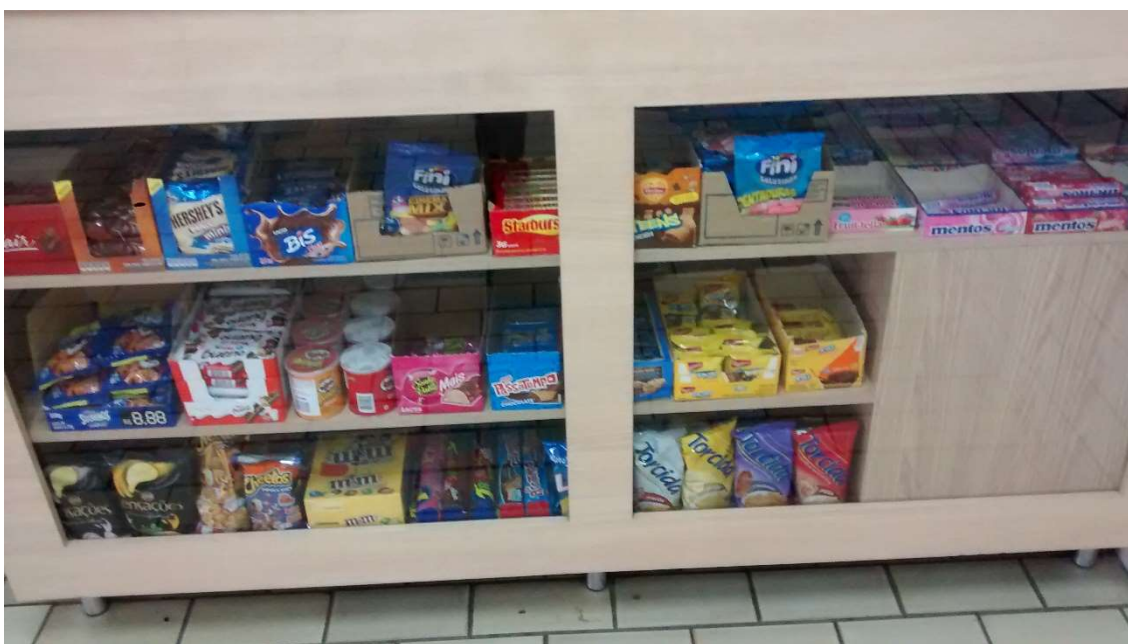
A dominância dos alimentos ultraprocessados presentes nas cantinas é uma possível justificativa para essa observação, conforme ilustram as Figuras de 4.1 e 4.2. Pois, a disponibilidade dos alimentos, discutida nos aspectos econômicos do bem-estar alimentar (Bublitz et al., 2011), tem forte influência sobre os hábitos alimentares.

Figura 4.1 – Geladeira de uma das cantinas



Fonte: Foto tirada pelo autor.

Figura 4.2 – Balcão de uma das cantinas



Fonte: Foto tirada pelo autor.

Essa possível justificativa é reforçada quando analisamos a classificação os alimentos trazidos de casa, ilustrada pela Tabela 4.3. Nesse caso, observa-se o movimento inverso. Ou seja, leve aumento no consumo de alimentos in natura ou minimamente processados e ligeira queda no consumo de alimentos ultraprocessados. Porém, a proporção ainda se mostra muito distante da preconizada pelo Guia Alimentar para a População Brasileira. Considerando que os pais são os responsáveis pela compra de alimentos em casa, podemos observar aqui a influência dos pais, como agentes de socialização alimentar, nos hábitos das crianças e adolescentes. Isso mostra um pouco da força dos fatores sociais e da literacia alimentar, discutidos no contexto do bem-estar alimentar (Bublitz et al., 2011).

Tabela 4.3 – Alimentos trazidos de casa

CLASSIFICAÇÃO	QTD	%
<i>In Natura</i> ou Minimamente Processado	42	13%
Processado	12	4%
Ultraprocessado	234	71%
Sem Classificação	43	13%
TOTAL	331	100%

Fonte: Elaborada pelo autor.

Os alimentos e bebidas que as crianças e adolescentes declararam terem pego de algum colega, ilustrados na Tabela 4.4, comportam-se de maneira parecida com o observado nos alimentos e bebidas comprados na cantina.

Tabela 4.4 – Alimentos dos colegas

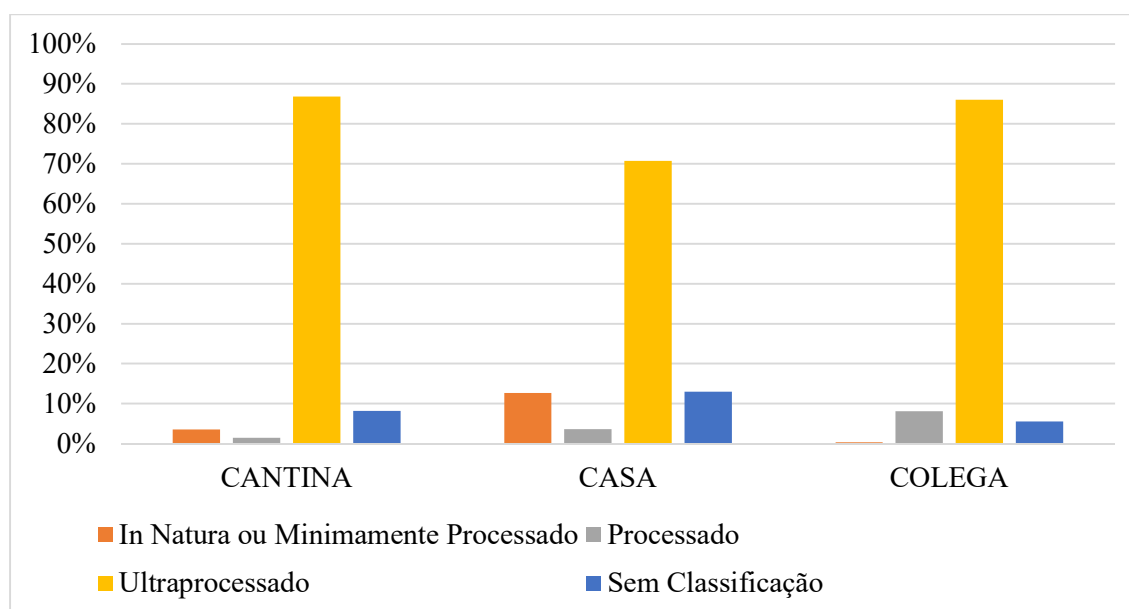
CLASSIFICAÇÃO	QTD	%
<i>In Natura</i> ou Minimamente Processado	1	0%
Processado	22	8%
Ultraprocessado	234	86%
Sem Classificação	15	6%
TOTAL	272	100%

Fonte: Elaborada pelo autor.

O que chama atenção é a presença de apenas um alimento da categoria in natura ou minimamente processado, especialmente porque esse alimento, na verdade uma bebida, é a água. Essa relação de pegar alimentos dos colegas é um caso clássico dos fatores sociais discutidos no contexto bem-estar alimentar (Bublitz et al., 2011).

Na Figura 4.3, é possível visualizar a diferença na proporção de cada categoria de alimentos e bebidas que as crianças e adolescentes consomem na escola dependendo da forma pela qual os obtêm. Quando trazem os alimentos ou bebidas de casa, existe uma pequena melhora no sentido do que recomenda o Guia Alimentar para a População Brasileira (Brasil, 2014). Mas, ainda assim, longe do ideal.

Figura 4.3 – Comparação entre cantina, casa e colega



Fonte: Elaborada pelo autor.

4.5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Os resultados observados por esta pesquisa são preocupantes, seguindo na direção contrária do que é indicado pelo Guia Alimentar para a População Brasileira (Brasil, 2014). Esses resultados exemplificam a informação apresentada pelo Guia de que um terço das crianças brasileiras estão acima do peso (Brasil, 2014). Esperamos que os resultados aqui apresentados façam com que os pais e os gestores das escolas e cantinas envolvidos no contexto da coleta que realizamos reflitam sobre o tema. Esse é um dos objetivos da PTC (Mick, 2008), e também deste trabalho.

Em relação ao bem-estar alimentar (Block et al., 2011; Bublitz et al., 2011) foi possível observar o impacto mais forte de algumas áreas centrais na alimentação das crianças e adolescentes na escola. Os aspectos econômicos estão bastante associados aos alimentos disponíveis nas cantinas, refletindo diretamente no alto número de alimentos ultraprocessados que as crianças e adolescentes declararam terem comprado. Os fatores sociais impactam as crianças e adolescentes de múltiplas formas. Mas, nos resultados específicos dos alimentos e bebidas que as crianças e adolescentes pegam dos colegas, a presença quase absoluta de ultraprocessados é, no mínimo, um alerta.

Os resultados mostram também que a literacia alimentar no ambiente escolar tem reflexos dos hábitos das crianças e adolescentes em casa. Isso pode ser observado nos resultados dos alimentos e bebidas que as crianças levam de casa para comerem na escola, onde, apesar de sutil, a presença de ultraprocessados diminui e a de in natura ou minimamente processados aumenta. Assim, contribuímos para a discussão do bem-estar alimentar em um contexto específico e importante para a alimentação infantil.

A especificidade do contexto pode ser vista também como uma das limitações deste estudo. Pesquisas em outras regiões do Brasil e do mundo, bem como em escolas com diferentes perfis, poderiam acrescentar muitas informações relevantes à discussão aqui iniciada. Outra limitação desta pesquisa é que a coleta foi realizada em apenas um dia, podendo ter sido influenciada por fatores pontuais. Estudos com horizontes temporais maiores poderiam trazer mais detalhes sobre a alimentação de crianças e adolescentes na escola.

5 CONCLUSÃO

As considerações finais de cada um dos três artigos que compõem a parte central deste trabalho convergem para uma conclusão: as crianças e os adolescentes se alimentam mal na escola. Porém, as análises sugerem que não é só na escola que as crianças e os adolescentes se alimentam mal. Ou seja, o contexto e a dinâmica da alimentação das crianças e dos adolescentes na escola influenciam e são influenciados pelo contexto e dinâmica da alimentação deles em casa. Nesse sentido, pesquisas que investiguem e comparem esses dois ambientes acrescentariam muito à discussão aqui iniciada.

Do ponto de vista do bem-estar alimentar, é possível destacar os fatores sociais quando olhamos para a relação das crianças e dos adolescentes com os alimentos na “hora do recreio”. A influência dos colegas é bastante marcante, especialmente no momento em que as crianças e os adolescentes compram e consomem os alimentos e bebidas na escola. Foi possível observar também a influência dos atendentes das cantinas e dos pais nesse contexto. Experimentos que manipulem todas essas influências que as crianças e os adolescentes recebem contribuiriam bastante, principalmente no sentido de melhorar a alimentação deles.

Ainda sobre o bem-estar alimentar, mais especificamente em relação à literacia alimentar das crianças e dos adolescentes, o papel dos pais e da escola parecem se complementar. Porém, não fica claro o papel de cada um. A realização de pesquisas-ação e quase-experimentos seria enriquecedora para traçar programas de educação, orientação e preparação que contribuam de forma eficaz com a literacia alimentar das crianças e dos adolescentes.

Já em relação aos aspectos econômicos do bem-estar alimentar, a disponibilidade de alimentos e bebidas nas cantinas parece ser determinante para a qualidade nutricional dos alimentos consumidos pelas crianças e adolescentes na escola. Porém, essa também deve ser preocupação de pais, já que muitas vezes os alimentos e bebidas consumidos na escola são levados de casa. De nada adianta, como ocorreu em uma situação específica no decorrer desta pesquisa, a cantina retirar frituras e refrigerantes do cardápio e os pais enviarem esses tipos de alimentos e bebidas de casa.

Essa situação específica e outras observações a partir das pesquisas aqui apresentadas permitem concluir que o contexto que as crianças e os adolescentes encontram na escola, em relação à alimentação, é complexo e não favorável para que a alimentação deles seja saudável. Como visto anteriormente, a criança e o adolescente são consumidores vulneráveis, carecendo de cuidados especiais com todos os agentes de socialização que com eles se relacionam. Assim,

pais, escolas, cantinas, empresas de alimentos e bebidas, e governos devem trabalhar juntos para melhorar a alimentação infantil e, conseqüentemente, diminuir todos os problemas resultantes da alimentação ruim.

As outras duas áreas centrais do bem-estar alimentar, emoções e traços físicos e psicológicos, foram pouco exploradas por este estudo por conta do percurso metodológico traçado. Outras pesquisas sobre esses dois temas e com foco na alimentação infantil contribuiriam muito para uma visão ainda mais completa do bem-estar alimentar das crianças e dos adolescentes.

De forma geral, não apenas no contexto escolar e de crianças e adolescentes, o bem-estar alimentar ainda carece de uma escala que permita aferir cada uma de suas cinco áreas centrais. O desenvolvimento dessa escala pode auxiliar tanto no diagnóstico do estado atual do bem-estar alimentar dos indivíduos quanto no avanço pretendido. Com essa escala, seria possível ter maior precisão para a realização de quase-experimentos que avaliem intervenções que objetivem o avanço do bem-estar alimentar.

A principal limitação deste trabalho é em relação ao contexto e às características da coleta. Ou seja, escolas com perfis semelhantes, de uma região específica e em um período de tempo relativamente curto. Ao mesmo tempo em que essas características permitem um melhor entendimento do contexto, elas podem não refletir uma realidade mais ampla. Dessa forma, pesquisas em outras regiões, com escolas de perfis diferentes e com horizontes temporais maiores enriqueceriam o debate sobre o complexo tema que é a alimentação infantil. Um recente trabalho de Bublitz, Hansen, Peracchio e Tussler (no prelo) sinaliza nesse sentido ao analisar indivíduos que vivenciam situações de fome na perspectiva do bem-estar alimentar. Esse é um dos paradoxos que fundamentam a PTC.

REFERÊNCIAS

- Andrews, J. C., Netemeyer, R. G., & Burton, S. (2009). The nutritional elite: Do only the highest levels of caloric knowledge, obesity knowledge and motivation matter in processing nutrition ad claims and disclosures? *Journal of Public Policy & Marketing*, 28(1), 41-55.
- Barbosa, O. T. (2014). *Estímulos táteis no ambiente de varejo: Investigando a experiência de consumo de indivíduos com deficiência visual na perspectiva transformativa do consumidor* (Dissertação de Mestrado, PROPAD/UFPE, Recife/PE).
- Bardin, L. (2009). *Análise de conteúdo*. Lisboa: Edições 70.
- Bazerman, M. H. (2001). Consumer research for consumers. *Journal of Consumer Research*, 27(4), 499-504.
- Benn, J. (2014). Food, nutrition or cooking literacy: A review of concepts and competencies regarding food education. *International Journal of Home Economics*, 7(1), 13-35.
- Bernard, H. R., & Ryan, G. (2010). *Analyzing qualitative data: Systematic approaches*. Thousand Oaks: Sage.
- Block, L. G., Grier, S. A., Childers, T. L., Davis, B., Ebert, J. E. J., Kumanyika, S., ... & Bieshaar, M. N. G. G. (2011). From nutrients to nurturance: A conceptual introduction to food well-being. *Journal of Public Policy & Marketing*, 30(1), 5-13.
- Boyland, E. J., & Halford, J. C. G. (2013). Television advertising and branding: Effects on eating behaviour and food preferences in children. *Appetite*, 62, 236-241.
- Brasil (2014). *Guia alimentar para a população brasileira* (2 ed.). Brasília: Ministério da Saúde.
- Bublitz, M. G., Peracchio, L. A., Andreasen, A. R., Kees, J., Kidwell, B., Miller, E. G., ... & Vallen, B. (2011). The quest for eating right: Advancing food well-being. *Journal of Research for Consumers*, (19), 1-12.
- Bublitz, M. G., Peracchio, L. A., Andreasen, A. R., Kees, J., Kidwell, B., Miller, E. G., ... & Vallen, B. (2012). Promoting positive change: Advancing the food well-being paradigm. *Journal of Business Research*, 66(8), 1211-1218.
- Bublitz, M. G., Hansen, J., Peracchio, L. A., & Tussler, S. (no prelo). Hunger and food well-being: Advancing research and practice. *Journal of Public Policy & Marketing*.
- Bueno, M. M., Fisberg, R. M., Maximino, P., Rodrigues, G. P., & Fisberg, M. (2013). Nutritional risk among Brazilian children 2 to 6 years old: A multicenter study. *Nutrition*, 29, 405-410.
- Commuri, S., & Gentry, J. W. (2000). Opportunities for family research in marketing. *Academy of Marketing Science Review*, 2000(8), 0-34.

- Damascena, E. O. (2013). *Elementos sensoriais em supermercados: Uma investigação na perspectiva transformativa do consumidor junto a pessoas com deficiência visual* (Dissertação de Mestrado, PROPAD/UFPE, Recife/PE).
- Davis, B., Ozanne, J. L., & Hill, R. P. (2016). The transformative consumer research movement. *Journal of Public Policy & Marketing*, 35(2), 159-169.
- Decreto 36.900, de 23 de novembro de 2015. (2015, 24 de novembro). *Diário Oficial do Distrito Federal*, n. 225.
- Decreto n. 56.913, de 05 de abril de 2016. (2016, 06 de abril). *Diário Oficial da Cidade de São Paulo*, Ano 61, n. 63.
- Denzin, N. K., & Lincoln, Y. S. (2011). The Discipline and practice of qualitative research. In N. K. Denzin & Y. S. Lincoln (Eds.), *The SAGE handbook of qualitative research*. (pp. 1-19). Thousand Oaks: SAGE Publications.
- Dias, P. S., Costa, A. P., Silva, H. V. R. S., & Pinto, E. A. P. (2016). A imagem corporal masculina padronizada e sua influência sobre os valores alimentares, as atitudes e o comportamento alimentar em universitários. *Revista Brasileira de Marketing*, 15(1), 99-112.
- Dixon, H. G., Scully, M. L., Wakefield, M. A., White, V. M., & Crawford, D. A. (2007). The effects of television advertisements for junk food versus nutritious food on children's food attitudes and preferences. *Social Science & Medicine*, 65, 1311-1323.
- Ebbeling, C. B., Pawlak, D. B., & Ludwig, D. S. (2002). Childhood obesity: Public-health crisis, common sense cure. *Lancet*, 360, 473-82.
- Estatuto da Criança e do Adolescente (1990). Lei n. 8.069, de 13 de julho de 1990. Disponível em http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/L8069.htm.
- Fargas-Malet, M., McSherry, D., Larkin, E., & Robinson, C. (2010). Research with children: Methodological issues and innovative techniques. *Journal of Early Childhood Research*, 8(2), 175-192.
- Fisberg, M., Del'Arco, A. P. W. T., Previdelli, A., Tosatti, A. M. & Nogueira-de-Almeida, C. A. (2015). Hábito alimentar nos lanches intermediários de crianças pré-escolares brasileiras: Estudo em amostra nacional representativa. *International Journal of Nutrology*, 8(4), 58-71.
- Godoy, A. S. (2005). Refletindo sobre critérios de qualidade da pesquisa qualitativa. *Revista Eletrônica de Gestão Organizacional*, 3(2), 80-89.
- Goldberg, M. E., Gunasti, K. (2007). Creating an environment in which youths are encouraged to eat a healthier diet. *Journal of Public Policy & Marketing*, 26(2), 162-181.

- Harris, J. L., Pomeranz, J. L., Lobstein, T., & Brownell, K. D. (2009). A crisis in the marketplace: How food marketing contributes to childhood obesity and what can be done. *Annual Review of Public Health*, 30, 211-225.
- Heim, S., Stang, J., & Ireland, M. (2009). A garden pilot project enhances fruit and vegetable consumption among children. *Journal of the American Dietetic Association*, 109(7), 1220-1226.
- Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (2010). *Censo de 2010*. Disponível em <http://censo2010.ibge.gov.br/>.
- John, D. R. (1999). Consumer socialization of children: A retrospective look at twenty-five years of research. *Journal of Consumer Research*, 26(3), 183-213.
- Khandpur, N., Charles, J., Blaine, R. E., Blake, C., & Davison, K. (2016). Diversity in fathers' food parenting practices: A qualitative exploration within a heterogeneous sample. *Appetite*, 111, 134-145.
- Koplan, J. P., Liverman, C. T., & Kraak, V. I. (2005). Preventing childhood obesity: Health in the balance: Executive summary. *Journal of the American Dietetic Association*, 105(1), 131-138.
- Lakkakula, A., Geaghan, J. P., Wong, W. P., Zhanovec, M., Pierce, S. H., & Tuuri, G. (2011). A cafeteria-based tasting program increased liking of fruits and vegetables by lower, middle and upper elementary school-age children. *Appetite*, 57, 299-302.
- Lei n. 4.352, de 05 de julho de 2016. (2016, 05 de julho). *Diário Oficial do Estado do Amazonas*, n. 33.317.
- Massyliouk, M. F. F., & Campos, R. D. (2016). Faça o que eu digo, não faça o que eu faço: A relação entre adultos na socialização infantil no consumo alimentar. *Revista Brasileira de Marketing*, 15(4), 474-485.
- Mauthner, M. (1997). Methodological aspects of collecting data from children: Lessons from three research projects. *Children & Society*, 11, 16-28.
- McCormack, L. A., Laska, M. N., Larson, N. I., & Story, M. (2010). Review of the nutritional implications of farmers' market and community gardens: A call for evaluation and research efforts. *Journal of the American Dietetic Association*, 110(3), 399-408.
- McNeal, J. U. (1969). The child consumer: A new market. *Journal of Retailing*, 45(2), 15-22.
- McNeal, J. U. (1987). *Children as consumers: Insights and implications*. Lanham: Lexington Books.
- McNeal, J. U. (1992). *Kids as consumers: A handbook of marketing to children*. New York: Lexington Books.
- Mick, D. G. (2006). Meaning and mattering through transformative consumer research. *Advances in Consumer Research*, 33, 1-4.

- Mick, D. G.. (2008). The moment and place for a special issue. *Journal of Consumer Research*, 35(3), 377-379.
- Mick, D. G., Pettigrew, S., Pechmann, C., & Ozanne, J. L. (2012). *Transformative consumer research: For personal and collective well-being*. New York: Taylor & Francis.
- Missagia, S. V., Oliveira, S. R., & Rezende, D. C., (2013). Beauty and the beast: Gender Differences in Food-Related Behavior. *Revista Brasileira de Marketing*, 12(1), 149-165.
- Molloy, B. L., & Herzberger, S. D. (1998). Body image and self-esteem: A comparison of African-American and Caucasian women. *Sex Roles*, 38(7), 631-643.
- Moschis, G. P., & Churchill Jr., G. A. (1978). Consumer socialization: A theoretical and empirical analysis. *Journal of Marketing Research*, 15(4), 599-609.
- Naderkoorn, C., Dassen, F. C. M., Franken, L., Resch, C., & Houben, K. (2015). Impulsivity and overeating in children in the absence and presence of hunger. *Appetite*, 93, 57-61.
- Oliveira, V. M., Martins, M. F., & Vasconcelos, A. C. F. (2012). *Entrevistas “em profundidade” na pesquisa qualitativa em Administração: Pistas teóricas e metodológicas*. Anais do SIMPOI, São Paulo.
- Osborne, C. L., & Forestell, C. A. (2012). Increasing children's consumption of fruit and vegetables: Does the type of exposure matter? *Physiology & Behavior*, 106, 362-368.
- Pancer, E., & Handelman, J. (2012). The evolution of consumer well-being. *Journal of Historical Research in Marketing*, 4(1), 177-189.
- Pendergast, D., & Dewhurst, Y. (2012). Home Economics and food literacy: An international investigation. *International Journal of Home Economics*, 5(2), 245-263.
- Peter, P. C., & Brinberg, D. (2012). Learning emotional intelligence: An exploratory study in the domain of health. *Journal of Applied Social Psychology*, 42(6), 1394-1414.
- Punch, S. (2002). Research with children: The same or diferente from research with adults? *Childhood*, 9(3), 321-341.
- Resolução n. 408, de 11 de dezembro 2008. (2009, 09 de março). *Diário Oficial da União*, Seção 1.
- Resolução n. 163, de 13 de março 2014. (2014, 04 de abril). *Diário Oficial da União*, Seção 1.
- Rocha, R. R., Chaim, D. F., & Veloso, A. R. (2017). Hora do recreio: A relação de crianças e adolescentes com os alimentos na perspectiva do bem-estar alimentar. *Revista Brasileira de Marketing*, 16(3), 396-409.

- Sauerbronn, J. F. R., & Ayrosa, E. A. T. (2010). Sobre convergência e a prática metodológica do interacionismo interpretativo na pesquisa acadêmica de marketing. *Revista de Administração Contemporânea*, 14(5), 854-870.
- Scagliusi, F. B., Pereira, P. R., Unsain, R. F., & Sato, P. M. (2016). Eating at the table, on the couch and in bed: An exploration of different locus of commensality in the discourses of Brazilian working mothers. *Appetite*, 103, 80-86.
- Selltiz, C., Wrightsman, L. S., & Cook, S. W. (1987). *Métodos de pesquisas nas relações sociais*. (2a ed.). São Paulo: EPU.
- Siegel, D. L., Coffey, T. J., & Livingston, G. (2004). *The great tween buying machine: Capturing your share of the multi-billion-dollar tween market*. Chicago: Kaplan.
- Silva Júnior, S. D. (2013). *Qualidade de vida subjetiva e satisfação com as condições de consumo: Uma investigação em contextos geográficos nordestinos*. (Dissertação de Mestrado, PPGA/UFPB, João Pessoa/PB).
- Veloso, A. R., Hildebrand, D., & Campomar, M. C. (2012). *Marketing e o mercado infantil*. São Paulo: Cengage Learning.
- Videon, T. M., & Manning, C. K. (2003). Influences on adolescent eating patterns: The importance of family meals. *Journal of Adolescent Health*, 32(5), 365-373.
- Vidgen, H. A., & Gallegos, D. (2014). Defining food literacy and its components. *Appetite*, 76, 50-59.
- Vieira, V. A., & Tibola, F. (2005). Pesquisa qualitativa em marketing e suas variações: Trilhas para pesquisas futuras. *Revista de Administração Contemporânea*, 9(2), 9-33.
- Ward, S. (1974). Consumer socialization. *Journal of Consumer Research*, 1, 1-14.
- Zeithaml, V. A., Parasuraman, A., & Berry, L. L. (1985). Problems and Strategies in Services Marketing. *Journal of Marketing*, 49(2), 33-46.

APÊNDICE A – ROTEIRO DE OBSERVAÇÃO

Parâmetro do Bem-Estar Alimentar	Aspectos Relacionados	Roteiro
Fatores Sociais	Influência do contexto social e cultural no comportamento de crianças e adolescentes em relação à alimentação.	<ol style="list-style-type: none"> 1. As crianças/adolescentes compram e/ou consomem os alimentos em grupo? 2. Os alimentos consumidos dentro dos grupos são similares? 3. As crianças/adolescentes compram determinado alimento após verem um colega consumindo esse alimento? 4. As crianças/adolescentes têm o hábito de compartilhar os alimentos e/ou dividir o custo? 5. Crianças/adolescentes que consomem alimentos diferentes sofrem algum tipo de discriminação (isolamento, <i>bullying</i>, etc.)?
Aspectos Econômicos	Acesso a alimentos naturais, disponibilidade física e financeira.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Alimentos naturais estão disponíveis na cantina? 2. Alimentos naturais são mais caros que os industrializados?
Consciência Alimentar	Boas práticas alimentares e disposição para melhorar o comportamento.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Crianças/adolescentes consomem alimentos naturais? 2. Existe interesse das crianças/adolescentes por alimentos naturais no momento da compra? 3. Crianças/adolescentes trazem alimentos de casa? Esses alimentos são naturais?
Aspectos Emocionais	Tipo de comunicação presente nas cantinas que pode influenciar o comportamento de crianças/adolescentes em relação à alimentação.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Que tipo de materiais de comunicação estão presentes nas cantinas? 2. A comunicação privilegia alimentos naturais ou industrializados? 3. As crianças/adolescentes decidem o que consumir após observarem as opções disponíveis na estufa/geladeira?
Traços Físicos e Psicológicos	Relações das crianças/adolescentes com o corpo e aspectos comportamentais (compulsão, autocontrole, etc.)	<ol style="list-style-type: none"> 1. As crianças/adolescentes compram alimentos mais de uma vez no mesmo intervalo? 2. As crianças/adolescentes aparentam estar acima ou abaixo do peso?

APÊNDICE B – QUESTIONÁRIO

Você comprou alguma comida ou bebida na **cantina da escola** para consumir no intervalo **hoje**?

Sim

Não

Escreva no quadro abaixo **todas** as comidas e bebidas que você comprou na **cantina da escola** para consumir no intervalo **hoje**.

--

Você trouxe alguma comida ou bebida de **casa** para consumir no intervalo **hoje**?

Sim

Não

Escreva no quadro abaixo **todas** as comidas e bebidas que você trouxe de **casa** para consumir no intervalo **hoje**.

--

Você pegou alguma comida ou bebida de algum **colega** para consumir no intervalo **hoje**?

Sim

Não

Escreva no quadro abaixo **todas** as comidas e bebidas que você pegou de algum **colega** para consumir no intervalo **hoje**.

--

Para você, o que é uma alimentação saudável? Escreva no quadro abaixo.

Você tem uma alimentação saudável?

Sim

Não

Mais ou Menos

Não sei

Escreva no quadro abaixo **todas** as comidas e bebidas que você costuma consumir na hora do **lanche da tarde em casa**.

Seus pais conversam com você sobre alimentação? O que eles falam para você sobre esse assunto?

Qual é a sua idade?

_____ anos

Qual é o seu sexo?

Masculino

Feminino