

SENTIDOS E SIGNIFICADOS DO CONSUMO DE DOCES POR INDIVÍDUOS DE DIFERENTES GERAÇÕES

Larissa Brunele Torres Andrade Leite; Mariana Mirelle Pereira Natividade

RESUMO

Considera-se o sabor doce como uma preferência inata do ser humano, o que em grande medida favorece o consumo de alimentos doces durante a vida. São diversos os sentidos e significados atribuídos à ingestão desses alimentos. O que se nota nos últimos tempos é um aumento do consumo de alimentos industrializados, que também impacta no tipo de alimento doce consumido pela sociedade. Assim, o tipo de doce preferido por uma geração, como o simbolismo associado ao consumo, pode ser impactado pela industrialização crescente dos hábitos alimentares observados no Brasil. Diante disso, o objetivo desse trabalho é analisar os sentidos e significados atribuídos ao consumo de doces por familiares de diferentes gerações. Foi utilizada uma amostra não probabilística por conveniência de 50 mulheres (25 avós com idade superior a 60 anos e 25 netas com idade superior a 18 anos), moradores do município de Ribeirão Vermelho (MG), o recrutamento ocorreu por meio do método de “Bola de Neve”. O estudo foi realizado em uma única etapa onde os voluntários passaram por uma entrevista baseada em um roteiro semiestruturado, onde a mesma foi guiada pelo pesquisador, que abrangeu questões relacionadas à frequência e sentidos/significados para o consumo de doces e aplicação de um questionário socioeconômico. A entrevista foi gravada do início ao fim, mediante consentimento dos voluntários, utilizando um gravador portátil. Observou-se que a ingestão de doces pelos entrevistados em geral é baixa, prevalecendo o consumo de doces industrializados e sendo maior entre as netas, sendo que os mais consumidos diariamente pelas mesmas são balas duras e macias (36%), sorvete (16%) e pirulitos (12%), os doces mais consumidos pelas avós são picolé (12%) e balas duras e macias (8%). Acredita-se que o maior consumo de doces industrializados pelas netas possua grande relação com a globalização dos hábitos alimentares, onde tem-se uma maior disponibilidade de alimentos industrializados perante a sociedade. Em relação aos sentimentos relacionados aos doces, pode-se perceber que as memórias afetivas são maiores entre as avós, onde 76% relataram possuir lembranças de seus passados diante determinado doce, tal fato pode estar relacionado com a escassez de alimentos daquela época, onde os raros momentos com a presença desses tipos de alimentos possuíam um grande valor sentimental. Portanto, pode-se concluir que o presente estudo detectou diferença entre o consumo de doces caseiros e industrializados em diferentes gerações e que os mesmos possuem valor simbólico para as mulheres.

Palavras-chave: Comida afetiva. Simbolismos. Frequência Alimentar.

1 INTRODUÇÃO

Nos tempos remotos, a cana-de-açúcar era um produto de grande valor e de extrema importância. Acredita-se que este produto tenha se originado na Índia e em pouco tempo propagou-se por diversos países. Os povos hindus, persas e árabes foram responsáveis pelo início da fabricação do açúcar. Porém os persas foram responsáveis pela solidificação e

processos de refinaria da cana-de-açúcar, que permitiram o armazenamento e comercialização deste produto (TORRES, 2014).

Uma das principais funcionalidades do açúcar é sua utilização no preparo de doces. No Brasil, os portugueses foram os responsáveis pela implementação da cultura doceira, onde as receitas tradicionais portuguesas foram incrementadas com diversas especiarias, como: canela, cravo e gengibre, além de serem adicionados das tradicionais frutas presentes no continente americano. A utilização do açúcar para elaboração de preparações culinárias tinha uma estreita relação com o sexo feminino, além do aspecto religioso, vistos que os doces eram muito comuns em festas tradicionais (SILVEIRA, 2013).

A partir de então, o Brasil se tornou um dos maiores consumidores e produtores de açúcar de todo o mundo. A alta disponibilidade desse ingrediente contribuiu para a formação do hábito alimentar do brasileiro, que é uma das populações com maior consumo per capita de açúcar. A Organização Mundial da Saúde (OMS) recomenda que o consumo per capita anual de açúcar seja inferior a 18,25 Kg. Porém, o brasileiro possui um consumo médio anual per capita de 55 kg, ultrapassando muito a recomendação para a manutenção de hábitos de vida saudáveis (BRASIL, 2007)

São diversos os motivos que podem favorecer o consumo de alimentos doces. Sabe-se que sua ingestão é de alguma forma incentivada desde os primeiros anos de vida, pois os doces são frequentemente empregados como recompensa na alimentação infantil. Além disso, a preferência pelo doce é uma característica inata ao ser humano, onde este sabor é predominante no leite materno. Por isso alimentos doces são apreciados não só por questões culturais, sociais e afetivas, mas também devido pela predisposição biológica (TORRES, 2014).

O consumo de alimentos doces também interfere no metabolismo, pois após seu consumo ocorre a liberação de neurotransmissores, como a endorfina e serotonina, responsáveis pela sensação de prazer (DREWNOWSKI, 2002). Além disso, em termos afetivos, pode-se dizer que as lembranças que remetem a alimentos doces frequentemente associam-se à sensação de alegria e bem estar. Por essas razões, alimentos doces estão sempre presentes em datas comemorativas e momentos especiais, cujo consumo está permeado por significados e simbolismos (TORRES, 2014).

Lody (2008) afirma que o doce é um testemunho da história e das transformações sociais, econômicas e culturais de uma sociedade. Da mesma forma que os hábitos alimentares, o tipo de doce consumido sofre influência do contexto sociocultural e econômico, sendo que os reflexos da globalização observada na sociedade atual favorecem a ingestão de alimentos mais industrializados, inclusive doces e sobremesas.

Percebe-se que com as mudanças dos hábitos de vida, o consumo de doces tem se tornado uma prática compulsiva, muitas pessoas consomem esses alimentos motivados por sentimentos e emoções. Diante disso, esse trabalho objetivou pesquisar os tipos de doces mais consumidos pelos indivíduos, comparando a frequência de doces caseiros e industrializados, avaliar as motivações e sentimentos que estimulam o consumo nas diferentes gerações e verificar se o perfil de consumo possui relação com a condição socioeconômica.

2 METODOLOGIA

2.1 Descrição do estudo

Tratou-se de uma pesquisa qualitativa básica, na qual foi feita uma amostragem não probabilística por conveniência de 50 mulheres (25 avós, com idade superior a 60 anos e suas respectivas netas, com idade superior a 18 anos), moradores do município de Ribeirão Vermelho (MG). O estudo consistiu no recrutamento das voluntárias e execução de entrevista baseada em um roteiro semiestruturado. O estudo foi aprovado pelo Comitê de Ética em Pesquisas com Seres Humanos (COEP) da Universidade Federal de Lavras, sob o número CAAE 07317018.2.0000.5148.

2.2 Coleta de dados

Para o recrutamento dos participantes, adotou-se como critério de inclusão ser do sexo feminino e consumir doces semanalmente. O recrutamento foi realizado por meio do método de “Bola de Neve” (GIL, 1995; GRAY; WILLIAMSON; KARP, 2007), no qual a seleção dos sujeitos é construída no decorrer do processo de pesquisa por meio de indicações dos próprios sujeitos entrevistados. O primeiro contato foi realizado com sujeitos conhecidos já pelo pesquisador, para que a partir desse contato outros participantes fossem sugeridos.

A entrevista foi guiada pelo pesquisador empregando um roteiro semiestruturado, que abrange questões relacionadas à frequência e sentidos/significados para o consumo de doces e dados socioeconômicos. A renda média domiciliar variam entre as classes, onde a classe A apresenta uma renda de R\$23354,11; classe B1 R\$10386,52; classe B2 R\$5363,19; classe C1 R\$2965,69; classe C2 R\$1691,44 e classe D-E R\$708,19. O áudio da entrevista semiestruturada foi gravado do início ao fim, mediante consentimento das voluntárias, utilizando um gravador

portátil. Utilizou-se tempo máximo de entrevista de 60 minutos. A entrevista foi transcrita do início ao fim, respeitando a oralidade das voluntárias.

Para estimar o consumo habitual de alimentos doces utilizou-se um questionário de frequência alimentar adaptado e baseado nos seguintes documentos: Questionário validado por ELSA-BRASIL (2013), dados da POF (2008/2009) e estudo conduzido por Souza (2012).

Para investigar os sentidos e significados do consumo de doces, foram propostas nove questões, divididas em dois eixos: motivação para o consumo de doces e relação com o consumo de doces. As voluntárias foram estimuladas a falarem livremente, sendo as questões utilizadas apenas como direcionadores da entrevista.

Para a classificação econômica, empregou-se os critérios definidos pela Associação Brasileira de Entidades de Pesquisa (ABEP), em sua versão mais atualizada (ABEP, 2018).

2.3 Análise dos dados

Os dados referentes ao consumo de alimentos doces e classificação socioeconômica foram avaliados por meio de tabelas e gráficos de frequência, utilizando o *software* Microsoft Excel para tabulação e apresentação dos dados. Os dados relacionados aos sentidos e significados do consumo de alimentos doces foram analisados qualitativamente por meio de Análise interpretativa, conforme as orientações de Minayo (2002). Essa análise prevê uma categorização dos dados a partir dos temas extraídos das entrevistas.

3 RESULTADOS E DISCUSSÕES

3.1 Classificação socioeconômica

Realizou-se uma análise do perfil socioeconômico das entrevistadas com o intuito de verificar se o consumo de doces possui relação com a classe econômica. Os resultados são apresentados na Tabela 1.

Na avaliação da Tabela 1 nota-se que, de forma geral, a frequência de consumo de doces não demonstra uma relação direta com a classificação socioeconômica, contrariando os dados relatados na Pesquisa de Orçamentos Familiares 2002-2003 (POF), que indica que o consumo de açúcar é maior em famílias com rendimentos de até um salário mínimo e nas classes econômicas que possuem uma maior renda, o consumo de açúcar é 50% menor.

Tabela 1 – Classificação socioeconômica e consumo de doces

Frequência de consumo*	Netas					Avós				
	D-E	C2	C1	B2	B1	D-E	C2	C1	B2	B1
Diário	2,0	1,3	3,6	0,4	1,0	0,2	0,3	1,3	0,3	0,3
Semanal	3,0	1,8	3,0	4,4	4,7	0,8	2,3	1,3	1,7	1,7
Quinzenal	1,0	2,0	3,0	2,6	3,3	2,7	2,2	1,3	1,7	1,7
Mensal	4,0	6,3	5,4	7,3	10,0	8,2	7,0	4,3	5,0	5,0
Raramente	20,0	17,8	9,9	13,9	13,9	14,7	15,7	19,0	15,7	15,7
Nunca	7,0	8,0	12,3	8,3	8,3	10,5	9,7	10,0	12,7	12,7

Fonte: Do autor (2019).

*feita com base no n médio

Acredita-se que o perfil de consumo de açúcar identificado pela POF em 2003 tenha sofrido mudanças ao longo desses 16 anos. Isso pode ser reflexo da globalização da alimentação, que provoca uma homogeneização dos hábitos alimentares, de forma que o padrão de consumo dos indivíduos é bastante semelhante, independente do perfil financeiro. Possivelmente, o que pode sofrer variações conforme a classificação social é a qualidade dos produtos consumidos e esses são alimentos são mais baratos.

3.2 Questionário de consumo de doces

Na tabela 2 são apresentados os dados referentes ao consumo de doces por avós e suas respectivas netas. Nota-se que as netas consomem uma maior quantidade de doces, com prevalência dos doces industrializados e as avós consomem doces em menor frequência, as opções raramente e nunca aparecem em maior frequência quando comparado a suas netas.

De forma geral, foi possível perceber que as balas (duras e macias) são os alimentos mais consumidos diariamente e semanalmente pelas netas. O grande consumo de balas duras e macias em ambos os grupos entrevistados possui uma forte relação com o resultado apresentado por Schlindwein e Kassouf (2007), onde observou-se um aumento significativo nos anos de 1974 a 2003 de produtos como balas, iogurte, refrigerante, dentre outros alimentos processados. De acordo com os autores, tal fato se explica pela globalização e também pelo aumento da renda per capita, levando a um maior consumo de produtos industrializados.

Tabela 2 – Frequência de consumo de doces entre netas e avós (%)

Alimentos	Diário		Semanal		Quinzenal		Mensal		Raramente		Nunca	
	Netas	Avós	Netas	Avós	Netas	Avós	Netas	Avós	Netas	Avós	Netas	Avós
Alfajor	0	0	0	0	0	0	12	0	16	8	72	92
Ambrosia	0	0	0	0	0	0	0	4	0	12	100	84
Arroz doce	4	0	4	0	4	8	40	40	40	44	8	8
Balas duras e macias	36	8	48	24	4	16	4	16	8	20	0	16
Barra de cereais	8	0	4	0	8	0	24	12	40	36	16	52
Bem casado	8	4	4	8	8	4	20	20	48	44	12	20
Bolo com cobertura	12	0	20	0	12	8	24	24	32	60	0	8
Bolo de aniversário	4	0	4	0	8	0	48	32	36	60	0	8
Bombom e trufa	4	0	20	4	16	0	40	32	20	48	0	16
Brownies	0	0	0	0	8	0	28	4	28	12	36	84
Canjica	0	0	0	0	0	4	20	12	60	72	20	12
Chocolate amargo	0	0	24	4	8	4	16	12	44	48	8	32
Chocolate ao leite	8	0	44	4	20	8	8	16	20	56	0	16
Chocolate branco	4	0	36	8	8	4	8	16	36	56	8	16
Cocada (cremosa e pedaço)	0	0	0	0	0	12	24	28	60	52	16	8
Cookies	4	0	8	0	4	0	24	4	44	36	16	60
Cupcakes	0	0	0	0	0	0	12	4	68	36	20	60
Doce de fruta em barra	0	0	0	8	12	20	4	28	44	36	40	8
Doce de fruta em calda	0	0	4	12	4	4	8	36	48	44	36	4
Doce de leite cremoso	8	8	4	16	8	0	40	36	36	40	4	0
Doce de leite em barra	4	4	0	8	8	4	28	24	36	48	24	12
Doces light e diet	0	0	4	0	0	0	8	4	32	24	56	72
Docinho de festa (brigadeiro, cajuzinho)	0	0	0	0	8	0	44	36	44	56	4	8
Frutas cristalizadas	0	0	4	4	0	0	0	12	44	44	52	40
Gelatina	8	4	16	16	8	12	20	28	44	32	4	8
Geleia de fruta	4	0	0	0	0	4	4	4	48	68	44	24
Geleia de mocotó	0	0	0	4	0	4	4	8	24	56	72	28
Maria-mole	0	0	0	0	0	0	4	12	36	48	60	40
Marshmallow	0	0	4	0	4	0	4	0	48	24	40	76
Mousses, pudins e flans	4	0	4	0	16	20	24	32	52	36	0	12
Paçoquinha	8	0	16	0	16	16	24	28	28	48	8	8
Pão de mel	0	0	0	0	12	4	12	4	52	48	24	44
Picolé	0	12	32	16	16	16	32	20	20	28	0	8
Pirulitos	12	0	16	8	8	0	16	12	36	52	12	28
Rapadura	0	8	0	0	8	12	0	16	32	48	60	16
Sorvete	16	4	40	16	4	8	24	16	16	44	0	12
Tortas confeitadas	0	0	0	0	28	4	24	16	48	64	0	16

Fonte: Do Autor (2019).

Chocolate ao leite e chocolate branco também foram alimentos com um grande consumo semanal. Segundo a Associação Brasileira da Indústria de Chocolates, Amendoim e Balas (ABICAB) (2014), as pessoas consomem chocolate primeiramente por vontade, seguido por ser uma opção de sobremesa. Além disso, os consumidores possuem o hábito em presentear pessoas queridas com chocolate ao menos uma vez ao ano, com um consumo mais expressivo no público feminino e jovem.

Quinzenalmente, as netas reportaram um maior consumo de tortas confeitadas, mousses, pudins e flans, paçoca e picolé e mensalmente destacou-se o consumo de bolos de aniversário, bombom e trufa e docinhos de festas.

Segundo o Ministério da Saúde, em pesquisa realizada no ano de 2014, 18% da população brasileira consomem doces em grande frequência, como sorvetes, bolos e chocolates. Segundo a pesquisa, o consumo de doces é maior em mulheres (BRASIL, 2017).

Os doces citados pelas entrevistadas como nunca consumidos são: ambrosia, geleia de mocotó, alfajor, cupcake, maria-mole e rapadura. Nota-se que a grande maioria dos doces que nunca foram consumidos pelas netas são caseiros. Historicamente, a tarefa da feitura dos doces pertencia ao universo feminino. Com a inserção das mulheres no mercado de trabalho, o tempo destinado ao preparo das refeições foi reduzido. Autores afirmam que essa mudança social impulsionou a busca por alimentos industrializados, visto que são práticos e apresentam facilidade em seu uso (LELIZ; TEIXEIRA; SILVA, 2012). Desta maneira, aos poucos a sociedade foi perdendo o costume em preparar doces caseiros, optando pelas versões prontas.

Em relação aos doces caseiros mais consumidos pelas avós na frequência diariamente, semanalmente e quinzenalmente, destaca-se o doce de leite cremoso, presente nas frequências diária e semanal, rapadura e o doce de fruta em barra, onde os mesmos são considerados doces tradicionais até os atuais dias. Diante desse fato pode-se notar que o consumo desses doces se mantém presentes até as atuais gerações. Sabe-se que muitas das receitas da época foram perdidas, visto que parte não foram escritas, devido as mesmas serem guardadas como um segredo. O que se manteve até os dias atuais são as receitas que foram passadas de geração em geração (FREIRE, 1969).

É importante ressaltar que o consumo de doces industrializados tem se tornado cada vez mais frequente nos hábitos alimentares das avós, mudança que pode ser notada no consumo diário de picolés, seguido por balas duras e macias, presentes em grandes quantidades na frequência diária e semanal, o consumo semanal de gelatinas e sorvetes. Tem-se observado no Brasil um aumento do consumo de alimentos processados, dados da POF (2002-2003 e 2008-2009) mostram que houve um aumento significativo do consumo de alimentos que apresentam

alta densidade energética, com teores elevados de açúcar e baixos em fibras e minerais, contribuindo para o desenvolvimento de Doenças Crônicas Não Transmissíveis (DCNT) (MONTEIRO et al., 2017).

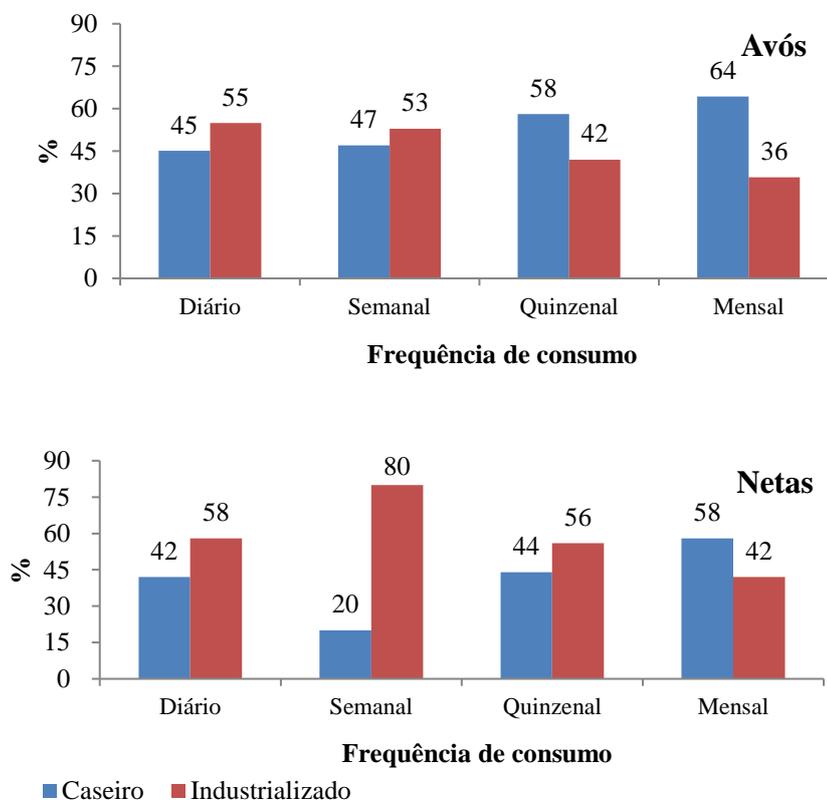
Na opção mensalmente e raramente destacaram-se o consumo de arroz doce, doce de fruta em calda, doce de leite cremoso, canjica, docinhos de festa, bolo com cobertura e bolo de aniversário. Acredita-se que as avós possuam maior preferência pelos doces caseiros, pois no século passado esses doces eram predominantes após as principais refeições. Segundo Belluzzo (2010), as frutas nativas daquela época, juntamente com as especiarias regionais resultaram na criação de saborosas compotas. Para o preparo desse tipo de doce, o açúcar era considerado o principal ingrediente, o mesmo era próprio da fruta ou era adicionado para se obter determinada consistência, além de aumentar a durabilidade (BROWN, 2013).

Por outro lado, doces mais modernos ou muito tradicionais, como alfajor, ambrosia, brownies e marshmallow foram citados como produtos nunca consumidos. O não consumo de doces modernos pode estar relacionados com uma questão cultural, pois há anos atrás o consumo de doces caseiros era predominante para tal geração, onde os doces daquela época eram a base de frutas, como as compotas e doces em barras (SILVEIRA, 2013).

Ao analisar o consumo de doces entre avós e netas, pode-se observar que em geral o consumo de doces industrializados é maior entre as netas e o consumo de doces caseiros prevalece entre as avós. No Gráfico 1 são apresentados os dados referentes à frequência de consumo de doces caseiros e industrializados pelas avós e netas.

Essa mudança de perfil do consumo alimentar foi identificada pela POF 2002-2003, que identificou uma redução de 29,9% no consumo do açúcar de mesa e um aumento de 285,6% do consumo de industrializados, como os doces. Esses dados demonstram que os brasileiros estão comprando menos açúcar por possivelmente estarem consumindo mais doces prontos. Além disso, é comum observar uma maior ingestão de doces na população jovem, onde pesquisa recente apontou que 30% dos jovens consomem doces em excesso, índice ainda maior naqueles de faixas etárias entre 18 a 24 anos (BRASIL, 2017).

Gráfico 1 – Frequência do consumo de doces caseiros e industrializados



Fonte: Do autor (2019).

Por outro lado, as avós apresentaram uma distribuição mais equilibrada das duas versões de doces, demonstrando que, apesar de relatarem consumo de doces industrializados, ainda mantém o hábito de consumir doces caseiros, possivelmente por motivações culturais.

3.3 Sentidos e significados do consumo de doces

Na tabela 3 são apresentados os resultados referentes ao perfil de consumo de alimentos doces pelas avós e suas respectivas netas.

Ao analisar as respostas apresentadas pelas avós e suas respectivas netas, pode-se observar semelhanças e diferenças em relação ao consumo de doces. A primeira questão apresentada às entrevistadas foi em relação às motivações que as mesmas apresentavam para o consumo de doces. Pode-se notar pela Tabela 3 que vontade e desejo de ingerir esse tipo de alimento foi o motivo mais recorrente entre avós e netas. Nota-se na fala da neta 25 o quanto é importante o comer doce: *“Eu simplesmente amo chocolate, como por prazer, mas quando estou ansiosa a necessidade de comer aumenta.”* (Neta 25)

Tabela 3 – Perfil de consumo de doces pelas avós e netas

<i>Motivações para o consumo de doces *</i>	Netas (%)	Avós (%)	Geral (%)
Ansiedade e mau-humor	46,9	8,0	29,8
Costume	3,1	8,0	5,3
Indiferença	0,0	4,0	1,8
Vontade e desejo	50,0	80,0	63,2
<i>Período do dia que prevalece o consumo de doces</i>			
Depois do almoço/tarde	64,0	56,0	60,0
Manhã	8,0	4,0	6,0
Noite	24,0	16,0	20,0
Qualquer horário	4,0	24,0	14,0
<i>Sentimento durante o consumo de doces</i>			
Indiferença	20,0	24,0	22,0
Prazer e bem-estar	80,0	68,0	74,0
Sentimento de culpa e mal-estar	0,0	8,0	4,0
<i>Forma em que o doce influencia na vida</i>			
De forma negativa	36,0	24,0	30,0
De forma positiva	36,0	48,0	42,0
Sem influência	28,0	28,0	28,0
<i>Retirada de doces da dieta</i>			
Não	64,0	40,0	52,0
Sim	28,0	56,0	42,0
Tentaria	8,0	4,0	6,0
<i>Doces como forma de presente</i>			
Não	0,0	16,0	8,0
Sim	100,0	84,0	92,0
<i>Lembranças trazidas pela ingestão de doces</i>			
Não	32,0	24,0	28,0
Sim	68,0	76,0	72,0
<i>Consumo de doces com alimentação equilibrada</i>			
Depende	4,0	8,0	6,0
Não	8,0	60,0	34,0
Sim	88,0	32,0	60,0
<i>Arrependimento após comer doces</i>			
Às vezes	20,0	8,0	14,0
Não	56,0	60,0	58,0
Sim	24,0	32,0	28,0

Fonte: Do Autor (2019).

Machado (2005) destaca que os doces sempre foram considerados como símbolo de prazer, sendo uma das sensações mais agradáveis e prazerosas de se sentir. Dentre todos os paladares, o sabor doce é único que traz a sensação de bem estar. Em uma pesquisa publicada pela Universidade de São Paulo (USP) em 2012, demonstrou-se que a vontade excessiva que mulheres tem em comer doces pode estar relacionada ao estresse. A pesquisa aponta que mulheres estressadas têm sete vezes mais chances de desenvolver a fissura por alimentos doces. Esse hábito pode ter uma motivação fisiológica. Sabe-se que a sensação de prazer induzida pelo chocolate pode ser explicada através de seus compostos químicos, mas especificamente o

triptofano. Este é utilizado pelo cérebro para a produção de serotonina, sendo um neurotransmissor que promove sensações de prazer (THAKERAR, 2007).

Questionadas em relação ao período do dia em que apresentavam uma maior vontade de comer doces, 60% das entrevistadas afirmaram que a preferência é sempre após o almoço e essa vontade na maioria das vezes não é por acaso. Muitas vezes, essa motivação decorre de um hábito já construído, como pode-se notar na fala da neta 20:

“Depois do almoço. Acho que é por que eu acostumei aqui na vô mesmo, eu sempre almoço aqui, aí a hora que acaba o almoço sempre tem alguma coisa, uma laranja que seja ou principalmente os doces que ela faz.” (Neta 20)

É importante destacar que o hábito do consumo de doces após as grandes refeições também tem uma motivação histórica. Demeterco (1998) explica que esse hábito foi influenciado pelos costumes portugueses, que frequentemente ingeriram preparações doces após as grandes refeições.

Em relação ao sentimento que possuem durante a ingestão de doces, 74% das entrevistas disseram sentir prazer e bem-estar. Nota-se em falas de ambas entrevistadas o quanto é prazeroso comer doces:

“Eu me sinto calma, por que tem dias que eu não aguento, eu vejo um doce e eu tenho que comer [...].” (Avó 4)

“Ah pura adrenalina, ótimo, melhor sensação do mundo.” (Neta 14)

Como já explicitado anteriormente, o doce, acima de todos os alimentos é considerado um alimento promotor do bem-estar, pois o mesmo é responsável pela produção de serotonina, um neurotransmissor responsável pela sensação de prazer e bem-estar (TORRES, 2014).

Perguntadas sobre a influência do consumo de doces em suas vidas, 42% das entrevistadas relataram que os doces influenciam de forma positiva. Observe a fala da neta:

“Não sei, quando eu como eu fico mais calma, então acha que influencia dessa forma.” (Neta 3)

Silva (2013) retrata em seu estudo que os doces são utilizados por muitas pessoas como um escape para enfrentar os problemas do dia-a-dia. Os mesmos são associados à felicidade, prazer e calma, tornando-se alimentos muito consumidos em situações de estresse. Por outro lado, 36% das netas entrevistadas relataram que os doces influenciam de forma negativa, por

possuírem medo de adquirir alguma doença pelo seu consumo excessivo, como pode-se notar na fala da Neta 2:

“Sim, influencia por um lado bom que vai te dar um prazer instantâneo, mas influencia também que se você comer compulsivamente você vai ter outros distúrbios, outros problemas. Acho que influencia nesses dois sentidos.” (Neta 2)

A associação entre o consumo excessivo de alimentos doces e o desenvolvimento de Doenças Crônicas Não Transmissíveis (DCNT) motivou a Organização Mundial da Saúde (OMS) em 2003 a estipular a quantidade ideal para o consumo de açúcar, que corresponde a 10% das calorias. Destaca-se que o brasileiro consome em média mais que o valor recomendado, correspondendo a 16% das calorias ingeridas (UNB, 2004 apud BUENO, 2009, p. 13).

Outra questão apresentada às avós e suas netas se tratava da exclusão dos doces de sua alimentação cotidiana, assim 64% das netas afirmaram não parar de comer doce e 56% das avós relataram que parariam, principalmente por questões de saúde:

“Pararia. Se for pra mim nunca mais comer doce... se chegar um ponto e fala, aí eu vou no médico e ele vai falar pra mim ‘nunca mais a senhora vai poder comer doce’, eu não vou comer [...]” (Avó 10)

“Jamais, estava de promessa em dezembro, fiquei um mês sem consumir chocolate e pra mim é uma tortura [...]” (Neta 25)

Teixeira (2015) relata que toda prática alimentar está relacionada com as influências adquiridas ao longo da vida. O comer quase sempre está relacionado com fatores emocionais (CASOTTI; THIOLENT, 1997), o açúcar é considerado um dos principais alimentos constituintes de histórias e costumes de toda uma população (LODY, 2011).

Em relação ao hábito de utilizar os doces como forma de presentear as pessoas, 92% das entrevistadas relataram que este alimento é considerado um bom presente. Nota-se nas falas que as entrevistadas afirmam que as pessoas gostam de ganhar doces:

“[...] eu daria por que é muito fácil de você agradar uma pessoa, geralmente as pessoas gostam de doces, é raro encontrarmos alguém que não goste e que não come nenhum doce, então por isso eu continuo dando doces como presentes, como uma forma de presentear.” (Neta 1)

“[...] é muito difícil uma pessoa não gostar de doce, a pessoa não saciar com doce ou não ficar feliz com doce, entendeu? Eu acho que por que eu amo doce, então eu quero presentear alguém com uma coisa que eu gosto muito, entendeu? [...]” (Neta 7)

“Daria. Ah eu acho que tem sentimento ali envolvido, chocolate eu acho que... não só chocolate, mas qualquer tipo de doce, acho que não há quem não goste de ganhar né, daria sim!” (Neta 9)

Segundo Torres (2014), a utilização de doces como uma forma de presentear está diretamente ligada ao aspecto emocional, sendo considerado um alimento simbólico. Devido a toda afetividade que permeia o consumo de doces, este alimento passou a ser considerado como um presente, como um símbolo de carinho e afeto.

Perguntadas sobre as lembranças que remetiam aos doces, 68% das netas relataram que este alimento traz lembranças do passado e essas lembranças foram predominantes nas avós, onde 76% relataram diversas histórias que ficaram marcadas em seus passados.

“Sim. O arroz doce, eu lembro do batizado dos meus filhos. Eu lembro dos casamentos que nois fazia muito doce, fazia arroz doce, doce de leite e doce de mamão.” (Avó 1)

“[...] lembro de quando eu ia nas rezas no mês de maio lá na Limeira, eu só arrematava docinho assim, só pra eu comer de noite fora de hora [...]” (Avó 4)

“Na época que eu era mais criança a gente ficava com vontade de comer doce e não podia, não tinha dinheiro pra comprar né então... quando as vezes, certo doce me recorda, por que hoje eu posso comprar mas já não pode comer mais né, muito né, então o negócio é esse.” (Avó 9)

“Ah eu tenho, mamãe fazia muito doce gostoso, doce de leite, arroz doce ela também fazia muito, principalmente na época da semana santa. Na semana santa sempre ela fazia, há muitos anos atrás, ganhava leite das pessoas, dos fazendeiros.” (Avó 19)

Na fala da avó 19, é possível observar relatos das tradições religiosas que os fazendeiros daquela época tinham, que era a doação de leite, ao invés dos mesmos venderem como nos dias tradicionais. Com isso, aqueles que não eram pecuaristas sempre iam até as fazendas para buscarem as doações e as pessoas finalizavam os costumes preparando diversos tipos de doces. Atualmente está tradição é pouco conhecida e praticada.

O consumo de doces é capaz de remeter à sensação de um abraço apertado. Ele acalma em períodos de tristeza e enriquece em momentos de felicidade. Além do sabor em si, junto vem lembranças e memórias afetivas, sendo a lembrança de uma reunião com a família, uma visita na casa da avó, amigos, namoros ou qualquer outro gesto de carinho (TORRES, 2014). Silva (2013) destaca que o prazer ao saborear um doce gera uma nostalgia, levando a lembranças associadas a determinados doces, onde normalmente são memórias de infância.

Com o intuito de entender como as entrevistadas pensam a respeito da saudabilidade do consumo de doces, perguntou-se se elas acreditavam que este alimento faria parte de uma alimentação equilibrada. Notou-se que 88% das netas acreditam que os doces podem fazer parte de uma alimentação saudável, como é evidenciado na fala da neta 6:

“Acredito que tudo na vida tem que ser feito com moderação. Não adianta você dizer para uma pessoa que ama doces que ela tem que deixar de consumi-los, pois isso não irá funcionar, ela ficará frustrada e com um desejo ainda maior de consumi-los [...].” (Neta 6)

De forma contrária, a maioria das avós acredita que a inserção dos doces na alimentação prejudica a sua qualidade de vida, como pode ser visto na fala da avó 21:

“Com certeza não né. Por que eu acho assim, o doce ele não faz bem pra saúde. Eu acho assim, você vai ser nutricionista, algum que tiver lá seguindo uma dieta com você, você vai liberar o doce pra ela?” (Avó 21)

Vale lembrar que a população de forma em geral possui uma visão distorcida do consumo de alimentos doces, que no senso comum são de consumo proibido. Contudo, sabe-se que dentro de uma alimentação equilibrada, todos os alimentos podem ser consumidos com moderação. O Guia Alimentar Para a População Brasileira (2014), que é um instrumento de orientação nutricional do governo brasileiro, inclusive aborda a questão do consumo moderado de açúcar, que estando em preparações a base de alimentos *in natura* e minimamente processados contribuem uma diversificação culinária, tornando a preparação mais saborosa, sem que fique nutricionalmente desbalanceada.

Por fim, perguntou-se às entrevistadas se as mesmas se arrependem após o consumo de doces. Observa-se que as netas sentem menos culpa quando comparada as suas avós e conseqüentemente as mesmas acreditam que os doces possam fazer parte de uma alimentação equilibrada, como pode ser notado na seguinte fala:

“Não, nenhum pouco. Não por que tem gente que se sente culpado, eu não, se eu vou comer, eu não vou comer com culpa, pra ficar com a consciência pesada depois, eu vou comer e fico tranquila, fico normal.”
(Neta 10)

O sentimento de culpa ao comer doce foi uma questão imposta pela sociedade. O hábito de comer é uma questão de extrema complexibilidade, não se refere apenas a ingestão de nutrientes, mas também questões emocionais e sentimentais, além dos valores impostos pela população (PÉRES; FRANCO; SANTOS, 2006).

Diante de todos os relatos é possível destacar o grande significado do consumo de alimentos doces, que ocorre não apenas por aspectos sensoriais, mas também são capazes de desencadear diferentes sentimentos, atuando como um fator de construção de memórias.

4 CONCLUSÕES

A ingestão diária e semanal de doces foi considerada baixa na população estudada. Porém, houve diferença em relação ao consumo entre as diferentes gerações abordadas, as netas fazem um maior consumo de doces quando comparado a suas avós, sendo em sua maioria industrializados. Perante à classificação socioeconômica, não foi possível identificar diferenças na frequência de consumo.

Em relação aos sentidos e significados atribuídos ao consumo de doces, notou-se que os alimentos doces são consumidos por razões que ultrapassam os aspectos sensoriais, estando esse alimento associado a sensações de prazer e bem-estar, além de remeter a lembranças afetivas. Além disso, a maior parte das entrevistadas acreditam que alimentos doces possam fazer parte de uma alimentação saudável e sentimento de culpa após o consumo de doces são menos frequentes entre as netas.

REFERÊNCIAS

ABICAB. **Associação brasileira da indústria de chocolates, cacau, amendoim, balas e derivados.** Disponível em: <<http://www.agricultura.gov.br/assuntos/camaras-setoriais-tematicas/documentos/camaras-setoriais/cacau/anos-anteriores/o-potencial-de-mercado-para-o-chocolate.pdf>>. Acesso em: 10 abr. 2019.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE EMPRESAS DE PESQUISA. **Critério Brasil 2018.** Disponível em: <<http://www.abep.org/criterio-brasil>>. Acesso em: 28 nov. 2018.

BELLUZZO, R. **Nem garfo nem faca: à mesa com os cronistas e viajantes.** São Paulo: Ed. Senac São Paulo, 2010.

BRASIL. Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento. **Balanco nacional da cana-de-açúcar e agroenergia.** Brasília, 2007. 140 p.

BRASIL. Ministério da Saúde. **Cerca de 30% dos jovens consome doces em excesso.** Brasília, 2017. Disponível em: <<http://www.brasil.gov.br/noticias/saude/2016/04/cerca-de-30-dos-jovens-consomem-doces-em-excesso>>. Acesso em: 02 mai. 2019.

BRASIL. Ministério da Saúde. **Guia alimentar para a População Brasileira.** Brasília, 2014.

BRASIL. Ministério da Saúde, IBGE. **Pesquisa de Orçamentos Familiares 2008-2009: Antropometria e Estado Nutricional de Crianças, Adolescentes e Adultos no Brasil.** Rio de Janeiro, 2010. Disponível em <<http://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/livros/liv45419.pdf>>. Acesso em 10 abr. 2019.

BRASIL. Ministério da Saúde. **Pesquisa diz que 18% dos brasileiros consomem doces cinco dias por semana.** Brasília, 2017. Disponível em: <<http://www.brasil.gov.br/noticias/saude/2015/04/pesquisa-diz-que-18-dos-brasileiros-consome-doces-5-dias-por-semana>>. Acesso em: 02 mai. 2019.

BROWN, L. **O Livro das conservas: deliciosas receitas de compotas, geleias, chutneys e pickles.** São Paulo: Publifolha, 2013.

BUENO, M. B. **Consumo de açúcares de adição entre adultos e idosos: inquérito populacional do município de São Paulo.** 2009. 138 p. Tese (Doutorado em Saúde pública)-Universidade de São Paulo, São Paulo, 2009.

CASOTTI, L., THIOLENT, M. **Comportamento do consumidor de alimentos: informações e reflexões.** Rio de Janeiro: Anais do 21º ENANPAD, 1997.

DEMETERCO, S. M. S. **Doces Lembranças: Cadernos de Receitas e Comensalidade.** 1998. 190 p. Tese (Mestrado em História do Brasil)-Universidade Federal do Paraná, Curitiba, 1998.

DREWNOWSKI, A. Taste, genetics and food choices. In: ANDERSON, H.; BLUNDELL, J.; CHIVA, M. **Food selection from genes to culture.** Belgium: Chauveheid, Stavelot, Juillet, p. 27-39, 2002.

FRANCO, L. J.; PÉRES, D. S.; SANTOS, M. A. Comportamento alimentar em mulheres portadoras de diabetes tipo 2. **Revista Saúde Pública**, Ribeirão Preto, v. 40, n.2, p. 310-317, 2006.

FREIRE, G. **Açúcar – Em torno da etnografia, da história e da sociologia do doce no Nordeste canavieiro do Brasil.** 2. ed. Rio de Janeiro: Coleção Canavieira, 1969.

GIL, A. C. **Métodos e técnicas de pesquisa social.** 4. ed. São Paulo: Atlas, 1995.

GRAY, P.S.; WILLIAMSON, J.B.; KARP, D. A. **The research imagination: an introduction to qualitative and quantitative methods**. Cambridge: Cambridge University Press, 2007.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **Pesquisa de Orçamentos Familiares 2002-2003**. Rio de Janeiro, 2004.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **Pesquisa de Orçamentos Familiares 2008-2009**. Rio de Janeiro, 2011.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua**. Rio de Janeiro, 2017. Disponível em: ><https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-sala-de-imprensa/2013-agencia-de-noticias/releases/20843-pnad-continua-10-da-populacao-concentravam-quase-metade-da-massa-de-rendimentos-do-pais-em-2017>>. Acesso em: 23 mai. 2019

LELIS, C. T.; TEIXEIRA, C. M. D.; SILVA, N. M. A inserção feminina no mercado de trabalho e suas implicações para os hábitos alimentares da mulher e de sua família. **Revista Saúde em Debate**, Rio de Janeiro, v. 36, n. 95, p.523-532, 2012.

LODY, R. **Vocabulário do açúcar: histórias, culturas e gastronomia da cana sacarina no Brasil**. São Paulo: Ed. Senac São Paulo, 2011.

_____. **Brasil bom de boca: temas da antropologia da alimentação**. São Paulo: SENAC, 2008.

MACEDO, D. M.; DIEZ-GARCIA, R. W. **Estresse, consumo de açúcares, dependência de substâncias doces, e níveis plasmáticos de hormônios reguladores do apetite em mulheres**. Universidade de São Paulo, Ribeirão Preto, 2012. Disponível em: <<https://bdpi.usp.br/item/002332510>>. Acesso em: 02 mai. 2019.

MACHADO, F. B. P. **Brasil, a doce terra – História do setor**. [S.l.: s.n], 2003.

MANNATO, L. W. **Questionário de frequência alimentar Elsa-Brasil: Proposta de redução e validação da versão reduzida**. 2013. 117p. Dissertação (Mestrado em Saúde Coletiva) - Centro de Ciências da Saúde da Universidade Federal do Espírito Santo, Vitória, 2013.

MINAYO, M. C. S. **Pesquisa social: teoria, método e criatividade**. 2.ed. Petrópolis: Vozes, 2002.

MONTEIRO, L. S. et al. Consumo alimentar segundo os dias da semana – Inquérito Nacional de Alimentação, 2008-2009. **Revista Saúde Pública**, v.51, n.93, p. 1-11, 2017.

SCHLINDWEIN, M. M.; KASSOUF, A. L. **Mudanças no padrão de consumo de alimentos tempo-intensivos e de alimentos poupadores de tempo, por região no Brasil**. vol. 2. Brasília: Ipea, 2007. 551p.

SETTON, M. G. J. A teoria do habitus em Pierre Bourdieu: uma leitura contemporânea. **Revista Brasileira de Educação**, [S.l.], n. 20, p. 60-70, mai/jun/jul/ago. 2002. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/rbedu/n20/n20a05.pdf>>. Acesso em: 20 ago. 2018.

SILVA, T. Y. U. **Um doce negócio:** A criação de uma marca através do estudo de comportamento do jovem consumidor do Rio de Janeiro em 2012. 2013. 83 p. Monografia (Bacharel em Comunicação Social, Habilitação em Publicidade e Propaganda)-Universidade Federal do Rio de Janeiro, 2013.

SILVEIRA, P. A. G. “Doces memórias...”: produção de doces na Usina Oiteirinhos em Sergipe durante a trajetória de Dona Baby (1954-1968). **Trilhas da História**, Três Lagoas, v. 2, n. 4, p. 82-99, jan-jun, 2013.

SOUZA, C. M. **Doce de Minas:** arte de fazer doce. Viçosa: Ed. UFV, 2012.

THAKERAR, D. Chocolate's chemical charm. **Revista Bluesci**, Cambridge, v. 10, n. 1, p. 30-34, 2007.

TORRES, A. V. **Com Açúcar e com Afeto:** O doce como a chave da felicidade. 2014. 60 p. Trabalho de conclusão de curso (Artes visuais)-Universidade de Brasília, Brasília, 2014.

VI CONGRESSO NACIONAL DE ADMINISTRAÇÃO E CONTABILIDADE – ADCONT 2015, Rio de Janeiro. **Anais...** Rio de Janeiro: Universidade do Grande Rio, 2015.