

Fast-food

um aspecto da modernidade alimentar

Nilce de Oliveira

Maria do Carmo Soares de Freitas

SciELO Books / SciELO Livros / SciELO Libros

FREITAS, MCS., FONTES, GAV., and OLIVEIRA, N., orgs. *Escritas e narrativas sobre alimentação e cultura* [online]. Salvador: EDUFBA, 2008. 422 p. ISBN 978-85-232-0543-0. Available from SciELO Books <<http://books.scielo.org>>.



All the contents of this chapter, except where otherwise noted, is licensed under a Creative Commons Attribution-Non Commercial-ShareAlike 3.0 Unported.

Todo o conteúdo deste capítulo, exceto quando houver ressalva, é publicado sob a licença Creative Commons Atribuição - Uso Não Comercial - Partilha nos Mesmos Termos 3.0 Não adaptada.

Todo el contenido de este capítulo, excepto donde se indique lo contrario, está bajo licencia de la licencia Creative Commons Reconocimiento-NoComercial-CompartirIgual 3.0 Unported.

Fast-food
um aspecto da modernidade alimentar

Nilce de Oliveira
Maria do Carmo Soares de Freitas

Introdução

A discussão sobre *fast-food*¹ ganha relevância no Brasil na medida em que há uma expansão do hábito de comer fora de casa, principalmente nas grandes cidades. Também cresce o consumo de comida industrializada, inclusive no ambiente doméstico. A consolidação do hábito de realizar refeições fora do domicílio para muitos segmentos populacionais, sobretudo entre os trabalhadores urbanos, vem sendo atestada por vários estudos (GARCIA, 1997; GÓES, 2005). Nesse campo, vale registrar os dados do crescimento do chamado setor de *food service*. O comportamento do consumidor brasileiro acompanha uma tendência mundial, tal como foi observado por Bleil (1998) e, antes por Chonchol (1985). Este último analisou, no início dos anos oitenta, o crescimento da indústria de alimentos e um novo fenômeno da época: o consumo alimentar fora de casa. Apontou no conjunto das mudanças dos hábitos alimentares, a redução do tempo dedicado às refeições (preparo e consumo) no cotidiano doméstico. Dados da Associação Brasileira das Indústrias Alimentícias revelam que o crescimento do *food service* foi de 8,5% em 2003 (SILVA JÚNIOR, 2004) constituindo-se em um mercado em franca expansão.

O setor *food service* refere-se ao preparo de refeições fora do lar, comercializadas em distintos tipos de estabelecimentos (restaurantes, cafés, hotéis, bares, lanchonetes) e também fornecidas para unidades de alimentação institucional (fábricas, hospitais, quartéis, escolas e empresas diversas). Essa disponibilidade de comida pronta, que afeta o comportamento alimentar, chega aos domicílios através da comercialização em padarias, lojas de conveniência, *delicatessens* e supermercados. A comida pronta é também fornecida por restaurantes e outras unidades de produção através da entrega em domicílios, conhecida como sistema *delivery*.

O termo *fast* da língua inglesa corresponde atualmente a uma temporalidade significativa de um estilo de vida moderno e urbano (ELIAS, 1998). Ao reunir *fast e food* nasce uma regulação do tempo da conduta do comer em que a sensibilidade humana pode formular. Aparentemente, o tempo é um condicionante do mercado. Na dimensão global do termo, o tempo de preparo e de comer implica no valor de comércio. Nesse sentido, o *fast-food* é um acontecimento civilizador e

moderno. O indivíduo sai da casa para o público e anseia por liberdade do consumo. Comer a qualquer momento e se sentir repleto são as sensações definidas por Bleil (1998) sobre a industrialização alimentar que representa a sociedade moderna.

Transição nutricional, modos e gostos, particularmente no ocidente fazem nexos com a necessidade da pressa ao comer. Este comportamento implica em mudanças de hábitos alimentares cujos efeitos refletem o excesso de peso e outros problemas de saúde (GÓES, 2005).

As mudanças dos hábitos alimentares se articulam e acompanham as mudanças sociais em geral, ainda que em contraposição se observe que práticas alimentares tradicionais pela conformação das identidades pessoais, grupais, comunitárias, locais e regionais (CORTI, 1997, DaMATTA, 2004; POULAIN, 2004; RIAL, 2004). Nesse aspecto, observa-se que arraigados hábitos alimentares localistas têm exigido adaptações de cardápios das redes de *fast-food*. Vários fatores são concorrentes na adoção de novos hábitos alimentares: a transformação da família, o trabalho da mulher fora de casa, maior autonomia e liberdade das crianças e dos jovens inclusive para escolher sua alimentação. Destaca-se o crescimento das cidades e as grandes distâncias que separam o lugar da moradia do lugar do trabalho, problema agravado em muitas cidades brasileiras por um transporte coletivo deficiente.

Os valores da modernidade tais como pressa, comodidade, praticidade contribuem para configurar o entorno dos novos comportamentos alimentares, sobretudo no meio urbano cosmopolita, onde os estabelecimentos de comercialização de comida tipo *fast food* mais se expandem. A tecnologia disponibiliza modernos utensílios domésticos para o máximo aproveitamento do tempo e a comodidade, facilitando o consumo de comida industrial, semi-pronta, pré-pronta e alimentos pré-cozidos, pré-lavados, para rápida finalização em casa. Hoje, observa-se uma multiplicação de arranjos que configuram os novos modelos alimentares que contrastam com o comer estruturado das tradicionais refeições domésticas.

O *food service* cresce de importância quando associa funcionalidade e prazer. Comer na rua é um programa social de entretenimento cada vez mais recorrente, de famílias, grupos de amigos, casais ou mesmo de pessoas sozinhas. Convém ressaltar que fazer refeições fora de casa refere-

se a dois comportamentos muito diferenciados, objeto de pesquisa no campo da hospitalidade que qualifica setores distintos do comércio de alimentos. Conforme Brookes (2005), almoçar ou jantar fora se configura como um programa social ou no curto intervalo do trabalho, uma nova necessidade. Em geral, o padrão do serviço *fast-food* não se aplica ao comer fora quando esta atividade está associada ao prazer de comer e comer em companhia.

Neste artigo de revisão procede-se uma investigação em periódicos especializados e complementa-se o rastreamento com a busca aleatória em bibliotecas, livrarias e internet. Reúnem-se títulos em distintas disciplinas e identificam-se teses, livros, artigos, dicionários especializados, guias, resenhas, reportagens, material publicitário, publicações estas de natureza científica, técnica, jornalística e literária. Recorre-se a autores nacionais e estrangeiros, cujas obras estão publicadas em português e espanhol. O objetivo é contribuir com a elucidação e compreensão dos significados do termo no Brasil.

O que é *fast-food*?

Conforme a literatura revisada *fast-food* designa simultaneamente:

1. Alimentação industrializada à base de sanduíches cárneos, embutidos, queijos amarelos e molhos cremosos, capitaneado pelo hambúrguer e pela batata frita, habitualmente acompanhados de refrigerante Trata-se de uma alimentação normalmente muito calórica, rica em gordura, carboidratos e sal, pobre em vitaminas, minerais e fibras alimentares. Esta versão, considerada como típica e tradicionalmente americana, submete-se a mestiçagens, adaptando-se às tradições gastronômicas e paladares em diferentes contextos, constituindo-se por assim dizer em *fast-food fusion*;

2. Modelo de produção industrial de comida desenvolvido inicialmente nos Estados Unidos, segundo os princípios fordistas, comercializados por empresas transnacionais em grandes redes de franquias;

3. Modelo de lanchonete, restaurante, estabelecimento ou loja, onde é servido o tipo de comida acima descrito. Caracteriza-se tanto pela comida quanto pelo serviço, rápido, eficiente, padronizado, impessoal. Os estabelecimentos majoritariamente integram grandes cadeias multinacionais através do sistema de franquia. Por isso são, tal como a comida que servem, estandardizados (estrutura física, instalações, equipamentos, embalagens, acessórios, modelo de gestão, publicidade), visando garantir a imagem da rede;

4. Segmento do *food-service*, destinado ao varejo, integrado pelas redes de estabelecimentos já descritos. Constitui-se numa atividade econômica em franca expansão, em conquista de novos mercados e em constante inovação;

5. Sistema alimentar que se configura como moderno e marcado pelo consumo preferencial de alimentos industrializados, pelo comer fora de casa e pelo uso de muitos eletrodomésticos na cozinha doméstica;

6. Modelo de comer, baseado em tomadas ou ingestões não estruturadas, que se opõe às regras tradicionais da comensalidade, esta assentada no comer à mesa as típicas refeições ainda predominantes na cultura brasileira;

7. Tipo de cozinha, enquanto lugar de produção de comida, cujos modais da preparação culinária e do serviço, adotam o modelo de produção *fast-food*, isto é industrializado e baseado no esquema fordista;

8. Conceito de cozinha no sentido de culinária, reportando-se aos pratos típicos da alimentação *fast-food* e assemelhados, em versões sofisticadas e temáticas, para preparação e consumo, inclusive no âmbito doméstico. Nesta linha, tem sido ressaltado no ambiente da gastronomia uma moda do “hambúrguer de *gourmet*”, com uma certa elitização dos pratos e das práticas reconhecidas como identificadoras da alimentação *fast-food*;

9. E, no sentido literal, “comida rápida” ou todo tipo de comida que é servida num menor tempo possível porque já se encontra preparada

para servir ou para rápida finalização. O serviço dos restaurantes de tipo *buffet* tem sido enquadrado nesta acepção, também a comida por peso, o prato feito em restaurantes populares, botecos, e a comida de rua. Nesta, encontra-se a mais emblemática iguaria da culinária baiana: o acarajé.

Sobre a diversidade conceitual do termo *fast-food* pesquisa-se as obras dos seguintes autores: Rial (1993, 1995, 1996a, 1997); Bleil (1998); Andrade e outros (2000); Franco (2001) e Góes (2005). O termo é polissêmico, interpretado e re-significado em diversos contextos.

Foi mais comumente encontrada a noção de *fast-food* como comida; um tipo ou a referência de preparo rápido ou pronta para servir nos estabelecimentos comerciais. Em segundo plano, o *fast-food* aparece como o lugar de produção e venda de comida com as características já citadas.

Há uma definição que agrega à condição da *comida-feita*, um serviço rápido que qualifica o tipo do local de consumo. Coutinho e Carvalho (2001, p. 96) utilizaram a seguinte definição para *fast-food*: “[...] segmento específico, definido pela produção mecanizada de um determinado número de itens padronizados, repetitivamente reproduzidos e sempre idênticos em sabor, gramatura, aparência e proporção”. Esta definição de natureza econômica na qual ressalta o modelo de produção é imprecisa, e abranger um amplo segmento de alimentos industriais recorrentes na literatura. Entre outras abordagens de *fast-food* enquanto atividade econômica se sobressai o trabalho de Rial (1996b, p. 4) que analisa este objeto a partir da seguinte compreensão: “Por *fast-food* designo aqui as grandes cadeias de lanches rápidos que se organizam num sistema de franquia, empregam técnicas tayloristas e fordistas na preparação culinária e dedicam boa parte de sua renda à publicidade”.

A partir de um enfoque menos utilizado, o termo *fast-food* se aplica ao tipo de cozinha, conforme Teichmann (2000) em seu trabalho no campo de tecnologia culinária. Para ele, as características são de rapidez, porções *standart*, equipamentos, utensílios e técnicas de cocção. O serviço não mantém qualquer afetividade com o cliente. O *self-service*, visa atender a um maior número de clientes em menos tempo e é um mercado de trabalho em expansão. As novas tendências buscam o sabor das cozinhas tradicionais para conquistar novos adeptos (TEICHMANN, 2000).

No campo propriamente nutricional encontram-se definições como a de Silva (1999, p. 2) “No Brasil, a expressão *fast-food* está geralmente

associada a lanches e é caracterizada pelo excesso de calorias e escassez de nutrientes”. Este conceito voltado ao tipo de alimentação manifesta preocupação com a qualidade biológica do alimento. Tal enfoque é freqüente nas áreas de nutrição e saúde. A autora inclui a diversidade conceitual do *fast-food* quando admite sob este rótulo o tipo de serviço e as diversas opções culinárias.

Outros autores chamaram a atenção para a diversidade do conceito a exemplo de Vidal Carou (2003), que destaca a heterogeneidade de alimentos incluídos na categoria *fast-food*, ressaltando as notáveis diferenças entre eles quanto ao valor nutritivo. A autora pondera que as características que os agregam são a rapidez na preparação, seu cômodo consumo e sua má fama.

Sobre as mudanças dos hábitos alimentares Carneiro (2003) pontua que há uma fronteira difusa entre as diversas práticas da “alimentação rápida” e considera que os sistemas de *fast-food* ainda não foram abordados no Brasil, além de seus aspectos nutricionais.

Fast-food como restaurante

O termo *fast-food*, como lugar comercial de venda de comida pronta e lanche para o consumo imediato, encontra-se num campo semântico abrangente. Na categoria restaurante, normalmente, recebe uma segunda qualificação como *popular*, traduzido como um produto acessível ou barato, embora Góes (2005), com base nas falas dos seus entrevistados, afirme que para os níveis de renda dos brasileiros, comer num *fast-food* resulte caro. Será então em espaços como estes que as relações sociais podem sustentar representações expressas sobre comidas de rua, qualidade que confere publicidade e valor social.

Em uma classificação de restaurantes em texto dirigido ao campo da hospitalidade, o restaurante tipo *fast-food* corresponde à categoria inferior em relação a outros, conforme Brookes (2005).

Para Pitte (1998), o restaurante *fast-food* integra-se à categoria popular. Este autor, ao discorrer sobre a história dos restaurantes refere-se à evolução destes, em particular os populares, no século XX, e ressalta o sucesso do tipo *fast-food* por sua expansão planetária superando a concorrência do restaurante

popular tradicional. Embora qualifique o restaurante tipo *fast-food* como estereotipado, asséptico e insípido admite que este soube atender à demanda, e por isto, a aceitação em muitas sociedades urbanas. Essas características são ressaltadas na literatura quando se descrevem sobre as cadeias transnacionais de *fast-food*. Há uma padronização, uma característica intrínseca da racionalidade que estrutura o modelo, conforme a análise sociológica de Ritzer (1996) denominada *mcdonaldização*.

Além do tipo básico remetido a uma unidade padrão das redes internacionais, a literatura se refere a restaurantes de tipo *self service* ou *buffett* (com pagamento por peso ou a preço único), *pizzarias*, botecos, sorveterias, lanchonetes tradicionais ou qualquer tipo de comércio estabelecido de comida-pronta ou quase pronta, para servir.

Garcia (1997), ao identificar as práticas alimentares de trabalhadores no centro da cidade de São Paulo, constatou o prato-do-dia em restaurantes populares e em lojas de cadeias de *fast-food*. Estas, ela classificou como lanchonetes.

Nesta revisão constata-se que a classificação dos estabelecimentos que comercializam comida *fast-food* como lanchonete foi mais frequente que a qualificação como restaurante. Estabelecimentos de alimentação *fast-food* que tem como carro chefe os sanduíches cárneos são conhecidos como lanchonetes, conforme entendimento do senso comum na cultura alimentar brasileira que considera o sanduíche como merenda, tal como se observa na bem-humorada crônica do brasileiro Matthew Shirts (2004a).

Fast-food e gastronomia

Com respeito ao tratamento dispensado à comida *fast-food* segundo critério da qualidade gastronômica, o caso mais recorrente nas obras pesquisadas foi a classificação da comida *fast-food* como um item inferior na hierarquia da gastronomia. Esta atitude pode ser explícita ou implícita. Aparece como julgamento do autor e/ou como constatação de uma representação social (FRANCO, 2001).

No enfoque da gastronomia, a mais contundente representação da associação da comida *fast-food* com a anti-gastronomia é o movimento *Slow Food*. Amantes da boa mesa, os *gourmets*, chefes e empresários da

alta gastronomia, combatem a comida *fast-food* considerando-a a anti-cultura culinária, o lixo gastronômico, o abandono do prazer de comer. Explicitamente Carlo Petrini citado por Nascimento (2001, p. 6), fundador e militante desse movimento, prega que “o *fast-food* mata o sabor”.

Na mesma linha da avaliação negativa da qualidade gastronômica da comida *fast-food*, Bleil (1998, p. 18) diz explicitamente que ela “satisfaz minimamente as exigências do paladar” e que “sacrifica o prazer gustativo”, acrescentando que é um tipo de alimentação que se caracteriza mais pela quantidade que pela qualidade.

Selecionam-se ainda outras definições emblemáticas da classificação *fast-food* como anti-gastronomia, expressão encontrada na literatura. Poulain (2004, p. 35), a partir do contexto francês, refere-se à internacionalização de hábitos alimentares e registra que no imaginário francês o *fast-food* e sua marca líder de mercado o McDonald’s estão associados a “má comida”. Ao analisar o peso da gastronomia como marca da identidade nacional, este autor cita que “[...] o McDonald’s encarna o grau zero da cultura gastronômica, a antítese da alimentação francesa, da verdadeira alimentação [...]”. Neste caso, está em jogo mais do que uma avaliação da qualidade gastronômica da comida *fast-food*. Está também colocada uma posição em defesa da identidade cultural simbolizada pela gastronomia. E ainda, não se pode eludir da realidade da valorização da gastronomia como mercadoria da indústria do turismo. Ao corroborar com informações sobre a imagem negativa dos *fast-food* na França, Rial (1997, p. 25) pontua: “Os franceses parecem se envergonhar dos *fast-food*.”

São inúmeros os autores que pontuam a conotação negativa da comida *fast-food* seja de sua própria autoria ou mais frequentemente reportando-se a uma constatação de uma representação social. O preconceito dirigido a este tipo de alimentação está embutido na expressão *junk food*, cuja associação com a comida *fast* é recorrente. Na categoria *junk food* encontram-se além da *fast-food*, as guloseimas, os sorvetes e salgadinhos industrializados e a comida de rua. O consumo de tais alimentos é uma prática alimentar conhecida no Brasil como “comer porcaria” e “comer besteira” (WOORTMAN, 1978), correspondendo também ao *snack*, expressão que começa a se firmar na literatura. Puigdomènech (2004) e Vidal Carou (2003) reportando-se ao contexto da sociedade espanhola salientam que a alimentação *fast-food* tem sido

denominada muito pejorativamente como “comida lixo” por seus efeitos negativos na saúde e na cultura, como visto antes.

O estudo de Góes (2005) mostra a necessidade de mudanças na alimentação pelos adeptos do estilo urbano atual, em que a comida da rua, aquela de preparo *fast*, causa adoecimento, enfermidades cardiovasculares, diabetes, obesidade. A *fast-food* observada por ele se constitui principalmente de refrigerantes, batata frita, hambúrguer e seus artifícios que regularizam um *habitus* conotado para informar a condição especular de um sujeito que se sente presente nesse mundo e não fora dele. As racionalidades sobre os perigos geram uma estrutura, uma concepção e uma disposição que interferem na significação da *fast-food*. Para os personagens de seu estudo, prazer e perigo relacionados à comida não escapam à necessidade do consumidor de sentir-se no mercado global ou na dinâmica de um nivelamento cultural.

Ao tomar a *fast-food* como *ethos* da conduta alimentar moderna é possível entender o sentido conflitivo desse objeto de prazer ou necessidade de situar-se no tempo presente. Entretanto, ainda que seja muito difundida a idéia da falta de qualidade gastronômica da comida *fast*, não se pode apostar num consenso. Prova disso encontra-se em Zinn (2002, p. 37) quando se refere a um destacado chefe francês radicado no Brasil e que pode ser visto comendo com os filhos no “[...] restaurante de *fast-food* mais famoso do mundo e gostando do que come”. No mesmo trabalho, no qual a autora se dedica à memória alimentar de personalidades da vida brasileira, destaca um compositor classificando-o como *gourmet*, e disse que ele “[...] não sucumbe a enlatados ou a *fast-food* [...]” (ZINN, 2002, p. 31). Atribui de maneira sutil, com o verbo sucumbir, um conceito pouco lisonjeiro à comida *fast*.

Outro contraponto faz Engler (1998, p. 184) no seu *Guia Gourmet de Nova York*, onde dá evidência aos restaurantes e *delicatessens* de *fast-food* e manifesta uma avaliação gastronômica positiva: “Depois de comer um sanduíche numa Deli se entende porque os americanos almoçam sanduíche”.

O cardápio *fast-food*

A inclusão de uma diversidade de pratos na categoria *fast-food* na literatura gastronômica tem como traço comum o produto industrial.

Deste modo, verifica-se que *fast-food* na leitura da gastronomia não se aplica ao prato em si, mas à preparação. Nessa compreensão, *fast-food* será sempre uma comida processada industrialmente. Sanduíches em geral e hambúrgueres em particular podem ser objetos de versões *gourmet* ou respeitável gastronomia. Nesse sentido, destaca-se a contribuição de Bolaffi (2000) que considera os hambúrgueres, não uma invenção americana de *fast-food*, mas uma refeição popular na Europa, desde muito, e com variadas receitas. Dentro desta idéia, observa-se que preparações da cozinha *fast-food* frequentemente apresentam variações na culinária básica, caseira ou tradicional, na cozinha internacional e até mesmo na alta gastronomia. Encontra-se em diversas publicações especializadas em gastronomia, pratos emblemáticos da cozinha *fast-food* revisitados e com denominações tipo “hambúrguer de luxo”, “sofisticação do sanduíche” referindo-se a formas mais elaboradas de preparação e do uso de ingredientes selecionados recomendados como cardápios de festas e ocasiões especiais (GONÇALVES; BACCARI, 2004, LIMMA, 2004). De fato, “o hambúrguer ultrapassou o circuito das lanchonetes e virou estrela de restaurantes badalados” (GONÇALVES; BACCARI, 2004, p. 136). “Hambúrguer agora é coisa fina” e “Grife na chapa” são títulos que anunciam as hamburguerias de sucesso no Rio de Janeiro e em São Paulo (PRESTES, 2005, p. 82). Há no guia gastronômico de São Paulo, elaborado por Melo (2004), a indicação de restaurantes classificados como “cozinha rápida” onde se pode comer um “bom hambúrguer” ou “com qualidade” e até mesmo um “excelente hambúrguer” no julgamento do autor, que apresenta variações de preparação e acompanhamento, entre o clássico e o revisitado, mas coerente com a moda da culinária *fusion*. Há controversas sobre a inclusão da *pizza* no cardápio *fast-food*. Fischler (1998) refere-se à *pizza fast-food*, enquanto Flandrin e Montanari (1998, p. 863) falam sobre os efeitos da mundialização dos hábitos alimentares: “[...] na Europa, o número de pizzarias ainda é maior que o de *fast-foods*”. Ainda sobre comida de origem italiana, segundo Camargo-Moro (2003, p. 109), a expressão “quase *fast-food*” se refere à *pizza* e à macarronada, comidas italianas difundidas mundialmente e de qualidade gastronômica inferior à refinada culinária veneziana. No Brasil, no mercado de serviços de alimentação a classificação é diferente, separando-se *pizzaria* de lugar de *fast-food*.

Fast-food e comensalidade

A relação entre *fast-food* e comensalidade está muito presente na literatura revisada. Aparece como análise sociológica de uma realidade incontestável, como crítica engajada dos adeptos aos rituais da mesa e como sentimento de incômodo de comensais em geral. Fischler (1998) observa que as pessoas manifestam um julgamento negativo da evolução da alimentação cotidiana e uma nostalgia com respeito aos modos de vida do passado.

É sabido que a alimentação *fast-food* dispensa as regras de boas maneiras à mesa. Não há uma etiqueta do comer, atestam Flandrin e Montanari (Idem). Este aspecto é bastante ressaltado na literatura e é uma das expressões de informalidade presentes nas práticas sociais da modernidade. Também é alvo de severas críticas, como a de Fernandez-Armesto (2002, p. 5) que ao manifestar sua preocupação com o impacto na sociabilidade provocado pelo declínio das refeições estruturadas feitas em casa e em família, afirma que “[...] a solidão da pessoa que consome *fast-food* é incivilizadora”. Franco (2001) é um dos autores que atestam a dessacralização da refeição em família e a desritualização do ato de comer. Reporta-se ao uso de utensílios descartáveis, sobretudo destaca a falta de sociabilidade no modelo *fast-food*. Observa-se que esta questão incorpora-se à tese da *mcdonaldização* desenvolvida por Ritzer (1996) que destaca novos valores atribuídos a comensalidade. Considera que o sucesso do *fast-food* contribui para a falta de racionalidade de hábitos alimentares e a tendência em valorizar o comer como um ato solitário.

Fast-food, nutrição e saúde

A alimentação *fast-food* é considerada uma dieta de risco para a saúde ou no mínimo como hábito alimentar inadequado. Diante do aumento da prevalência de altas taxas de colesterol e triglicérides e da relevância epidemiológica dos problemas de sobrepeso, obesidade, hipertensão arterial e diabetes *mellitus*, o negócio da alimentação *fast-food* encontra-se numa posição de alerta. A desaprovação do consumo freqüente da comida *fast-food* pelo profissional nutricionista é lugar comum na literatura. Chega a ser manifestada como uma repreensão: “Deixe de

ser um *fast-food* ambulante, troque o bombom que você carrega na bolsa por uma maçã” (SILVA, 1999, p. 2). “Carência de nutrientes provocada por “alimentação rápida” pode desencadear inúmeras doenças” (GIÁCOMO, 2004, p. 12). No campo da nutrição a síndrome da fome oculta é atribuída a uma alimentação rica em gordura saturada, açúcares e pobre em micro-nutrientes e fibras, características da comida *fast*. Montignac (2004, p. 68) discorrendo sobre seu método de emagrecimento refere-se à existência de um modelo alimentar americano, cuja essência é a *fast-food*, salientando que esta alimentação é caracterizada pelo consumo de alimentos constituídos de carboidratos com índice glicêmico elevado, associada às gorduras, e deduz: “Há uma correlação estreita entre o modo alimentar americano e as patologias metabólicas [...] obesidade e diabetes”. O referido autor faz uma valoração negativa da alimentação *fast-food*, quando a nomeia “deplorável” e “lamentável”. Constata que tal modelo alimentar se dissemina no contexto da globalização, contaminando todas as culturas e conclui que “os *fast-food* são a resposta prática da organização de nossa sociedade” (MONTIGNAC, 2004, p. 107). Este autor maneja diferentes sentidos da expressão *fast-food*, inclusive o estritamente culinário quando recomenda para aqueles que precisam improvisar seu almoço que invente um *fast-food* aceitável sugerindo ingredientes naturais a serem agregados ao pão integral. Nesse contexto, o *fast-food* foi significado como sanduíche. A adequação da comida *fast-food* a uma alimentação balanceada tem sido um caminho percorrido por algumas empresas do setor, fazendo emergir um conceito de “*fast-food* saudável” (QUEIROZ; DUMAS, 2003). Isto aumenta ainda mais o espectro do conceito, inclusive num campo contraditório, isto é: *fast-food* enquanto comida, incorpora, via de regra, o estigma de alimentação não saudável, perigosa ou de risco para a saúde. Entretanto, participa do chamado sincretismo alimentar, se for modificada por um novo cardápio. Com isto permanece a classificação *fast-food* como o serviço rápido, formatado, padronizado. Agatston (2003) ao apresentar sua dieta de emagrecimento (*South Beach*) dedica um capítulo ao pão. Nele inclui a alimentação *fast-food* capitaneada por *cheeseburger*, batata frita e refrigerante. Classifica-a como uma “grande tentação deliciosa” e “altamente problemática” e de risco para a saúde (AGATSTON, 2003, p. 61). Tal como outros autores já citados, ele libera o hambúrguer da *fast-food* reconhecendo a possibilidade de versões tanto doméstica como em

restaurantes. O hambúrguer *fast-food* identifica-se pelo uso da carne moída com alto teor de gordura saturada, frita em gordura ruim (possivelmente a hidrogenada), pão próprio (branco e macio), presença obrigatória do *ketchup*, associado à batata frita na mesma gordura conforme descrição do próprio autor. Portanto, dentro dessa compreensão, não são somente as receitas que caracterizam a culinária *fast-food*, mas os ingredientes e a forma do preparo, conforme já foi pontuado. A associação da alimentação *fast-food* com o risco à saúde é um tema que a imprensa tem abordado com exatidão, através de programas de televisão e de revistas de grande circulação. Ainda que sejam noticiadas informações sobre obesidade e doenças cardiovasculares associadas ao *fast-food*, a população não dispensa o prazer e a quantidade de comer. Este aspecto nos remete à análise de Ritzer (1996) quanto ao princípio da valorização da quantidade sobre a qualidade na lógica da racionalidade do modelo *fast-food* e que o autor cunhou como *mcdonaldização*. A reação à alimentação tipo *fast-food* embora tenha se intensificado nos anos noventa como consequência da maior prevalência de obesidade, principalmente entre crianças e adolescentes, consumidores contumazes, já se manifestava nos anos setenta, ainda mais na sociedade americana. Sobre essa questão Shirts (2004b) informa que no bojo dos protestos antimilitaristas no contexto da guerra do Vietnã, jovens americanos ao aderir à alimentação natural, agregavam ao comer o viés ideológico de se opor ao expansionismo das grandes corporações, inclusive a indústria alimentar. A atribuição do *fast-food* ao risco à saúde já estava presente desde muito. Este autor ao se referir ao ambiente universitário da Califórnia nos anos 70, diz que o consumo do alimento natural era para aqueles jovens uma “maneira de se rebelar contra as grandes empresas de alimentos e cadeias de *fast-food*, que envenenavam a população com pão de fôrma, hambúrgueres gordurosos e coca-cola” (SHIRTS, 2004 b, p. 243). O aumento do consumo dos alimentos funcionais estabelece uma contraposição e uma reação ao *fast-food*. Nessa tendência racionalista para a promoção à saúde, são ressaltados os efeitos positivos dos alimentos funcionais na fisiologia gastrointestinal, na função imunológica, prevenção da obesidade, do diabetes *melittus* e das doenças cardiovasculares ao tempo em que se destacam os riscos de agravo à saúde com relação aos alimentos *fast-food*.

Alimentos funcionais se configuram como um campo promissor de pesquisa e desenvolvimento da indústria alimentar, mais uma novidade no caleidoscópio das amplas possibilidades de modelos alimentares e dietas da multifacetada sociedade contemporânea, ao contemplar a diversidade dos grupos e dos mercados. Essa disposição comprova que na moderna alimentação não há uma força homogeneizadora preponderante, como aparece em algumas análises sobre *fast-food*, mas um conjunto de tendências que se amalgamam. Em síntese, a alimentação *fast-food* vem sendo bombardeada pelo discurso técnico-científico da medicina, da nutrição e com apoio da mídia, que para Castells² se trata de uma “*indústria da vida saudável*”. Ou seja, tal como o *fast-food*, o saudável pode ser visto como um segmento econômico. Entretanto, é preciso ressaltar que os indicadores epidemiológicos sustentam tanto a preocupação dos profissionais de saúde quanto os interesses da concorrência. Outro aspecto que convém destacar, sobre a associação *fast-food* e risco de doenças é o impacto desta relação entre os consumidores, pela concorrência de distintas representações sociais sobre *fast-food*. Este tipo de alimentação e a frequência aos estabelecimentos que a comercializa, são culturalmente significadas como práticas divertidas, joviais, modernas, valores estes, muito difundidos.

Fast-food como símbolo da cultura americana

“Acho que todo mundo pensa em *fast-food* e logo imagina os Estados Unidos”. Realmente, ali é o paraíso dos *fast-food* (ENGLER, 1998, p. 191). Fischler (1998) diz que nos países da Europa, principalmente na França, Itália e Espanha teme-se a “americanização” dos hábitos alimentares e pontua a aversão dos franceses ao hambúrguer e ao McDonald’s. Diz que esta atitude de rejeição não é igual para “todas as formas de *fast-food*” (FISCHLER, 1998, p. 856), acrescenta que se registra uma expansão do consumo de *pizza*, adjetivada como americanizada, pelo seu alto teor de gordura saturada.

DaMatta (2004) reforça a compreensão da comida como símbolo de identidade de um povo, de uma nacionalidade ou de uma região. Reconhece que se sente brasileiro porque gosta de feijoada e não de

hambúrguer, pois para ele sanduíche é comida de americano. Ao estabelecer contrapontos entre brasileiros e americanos, alimento e comida, referem-se ao *fast-food* como uma invenção dos americanos, estes que comem em pé, sozinhos, com estranhos, e são poucos os que desfrutam do prazer do comer.

Fast-food e seus adeptos

A comida *fast* tem sua maior clientela de crianças, jovens e turistas. O mercado vende comida e imagem. Como exemplo, uma destacada marca internacional da indústria de brinquedos, introduziu o hambúrguer num brinquedo de adivinhação: “o que é o que é? – Sou comida que agrada em cheio a jovens e crianças”. Assim, jovens e crianças são segmentos de mercado privilegiados pelas grandes cadeias de *fast-food* numa competente investida de *marketing*, aspecto este, alvo de preocupação em relação aos hábitos alimentares e a saúde. No campo das representações sociais a mais típica comida *fast* não só está identificada como comida de americano, mas também como comida infanto-juvenil.

Conclusão

Na diversidade conceitual do *fast-food* encontram-se sentidos correlatos e discrepantes. Numa associação mais imediata pode significar comida ou o lugar onde se comercializa refeição rápida, caracterizando a produção, o serviço e o consumo, assim como, um estilo de comer e viver. As principais discrepâncias observadas foram: *fast-food* como um restaurante popular de *buffet* a peso e preparações artesanais de culinárias típicas, comercializadas no mercado informal. São considerados *fast-food* os alimentos prontos, industrializados, pré-cozidos, congelados, massas e sopas instantâneas, sobremesas, adquiridos em supermercados. *Fast-food* se refere também a lanchonetes e sorveterias. O uso da expressão ao pé da letra, como comida que pode ser preparada rapidamente abre inúmeras possibilidades culinárias, e promove a imprecisão do termo pelas combinações conceituais desse fenômeno da modernidade alimentar.

A diversidade conceitual encontrada resulta do próprio sincretismo cultural do termo, por distintas leituras regionais e relativizadas pelo hibridismo ou fusão que caracterizam a alimentação moderna, tanto em casa como na rua, no trabalho e no lazer, como tem sido observado por vários autores aqui citados, a exemplo de Fischler (1998) e Carneiro (2003). Convém observar que a polissemia que envolve a expressão *fast-food* não é peculiar ao campo da nutrição. Conceitos básicos para o exercício profissional do nutricionista, ou até mesmo para a compreensão da nutrição como prática de saúde, a exemplo de “dieta e refeição”, também são objetos de distintas acepções. Razão pela qual a refeição se encontra na literatura adjetivada como: estruturada, completa, verdadeira, propriamente dita, leve e rápida. *Fast-food* pode ser considerada uma refeição ou merenda, depende do cardápio. Daí porque Iughetti (1999, p. 8) recomenda aos seus leitores “criar sanduíches que são verdadeiras refeições”, inclusive com base nos preceitos do Movimento *Slow Food*, a saber: prepará-los com ingredientes selecionados, frescos, com carinho e imaginação.

Do ponto de vista nutricional e da gastronomia, para atribuir à alimentação o conceito *fast-food* deve-se considerar, necessariamente, a identificação dos ingredientes e a forma de preparação; nunca, a simples descrição dos pratos, dentro da variedade dos sanduíches, e o hambúrguer, o carro-chefe do cardápio *fast-food*. Conforme descrito antes, o termo se aplica também às preparações da culinária caseira, dos restaurantes de *gourmets* e até da cozinha natural.

Fast-food se reporta a um modelo da modernidade alimentar, marcado por um conjunto de práticas que envolvem novas escolhas alimentares e a ruptura com os rituais tradicionais da comensalidade. Reporta-se ao abandono das refeições em família no lar, à substituição de comidas por merendas, à pressa do comer, à informalidade, à comida industrial, às novas receitas rápidas, entre outros elementos. Assim, a imagem da alimentação *fast-food* associada ao estilo de vida hegemônico da sociedade pós-industrial, cosmopolita, globalizada, valoriza a individualidade e a privacidade. E alguns aspectos emblemáticos do novo comportamento alimentar combinam com a praticidade, a rapidez, a comodidade e a economia do mundo moderno.

Esta revisão mostra o termo *fast-food* relacionado a repercussões nocivas à saúde. Tal questão remete à necessidade do rigor metodológico na definição do term, para que se possa dizer concretamente que tipo de comida deve ser evitado ou ter seu consumo reduzido, numa dieta que se presume saudável. Neste sentido, é preciso distinguir a possível refeição equilibrada que pode ser montada a partir da exuberante oferta do popular restaurante *bufett* por quilo, do hambúrguer rico em açúcares e gorduras saturadas e trans, para melhor subsidiar o discurso da educação alimentar e nutricional.

Notas

¹ Observaram-se na literatura revisada duas grafias *fast-food* e *fast food* usadas indistintamente. Também foi encontrada a expressão traduzida para o português “comida rápida”. Na polissemia do conceito de *fast-food*, o termo é substantivo e adjetivo qualificando a alimentação e o lugar de sua comercialização.

² Castells (1999) observa a visão profundamente higienista da nova sociedade, tanto dos países desenvolvidos como dos emergentes, destacando a preocupação com a negação da morte, a obsessiva prevenção de doenças e do envelhecimento. Diz que existe uma verdadeira cruzada da saúde, com guias e receitas obrigatórias, de dietas, ginástica, etc, valorizando o culto do corpo, da beleza e da juventude, enfim uma sociedade num ambiente simbolicamente saneado, com uma indústria da vida saudável sustentada pela ciência médica, pelo setor de saúde e pela mídia.

Referências

- AGATSTON, A. **A dieta de south beach**. Rio de Janeiro: Sextante, 2003.
- ANDRADE, L. I. et al. Avaliação nutricional de uma refeição rápida (*fast-food*). In: SIMPÓSIO SUL-BRASILEIRO DE ALIMENTAÇÃO E NUTRIÇÃO: HISTÓRIA, CIÊNCIA E ARTE, 2000, Florianópolis. **Anais...** Florianópolis: UFSC, 2000. p.145-153.
- BARBARA, D. **Guia Danusia Barbara: restaurantes do Rio 1999**. Rio de Janeiro: Record, 1998.
- BELL, D. Gosto e espaço: comer fora nos dias de hoje. In: SLOAN D. (Org.). **Gastronomia, restaurantes e comportamento do consumidor**. Barueri: Manole, 2005. p. 51-68.
- BLEIL, S. N. O padrão alimentar ocidental: considerações sobre a mudança de hábitos no Brasil. **Cadernos de Debate**, v. 6, n. 1, p. 1-25, 1998.
- BOLAFFI, G. **A saga da comida**. Rio de Janeiro: Record, 2000.

- BROOKES, M. Modelando o paladar gastronômico: a influência das empresas de alimentação (Somos o que comemos ou o que somos persuadidos a comer?). In: SLOAN D. (Org.) **Gastronomia, restaurantes e comportamento do consumidor**. São Paulo, 2005. p. 129-152.
- CAMARGO-MORO F. **Veneza: o encontro do oriente com o ocidente - arqueologias culinárias**. Rio de Janeiro / São Paulo: Record, 2003.
- CARNEIRO, H. **Comida e sociedade: uma história da alimentação**. Rio de Janeiro: Campus, 2003.
- CASOTTI, L. **À mesa com a família: um estudo do comportamento do consumidor de alimentos**. Rio de Janeiro: Mauad, 2002.
- CASTELLS, M. **A sociedade em rede: a era da informação: economia, sociedade e cultura**. São Paulo: Paz e Terra, 1999.
- CHONCHOL, J. O modelo de alimentação dos países industrializados. In: MINAYO, M. C. S. (Org.). **Raízes da fome**. Petrópolis: Vozes, 1985. p. 95-103.
- COLLAÇO, J. L. H. Um olhar antropológico sobre o hábito de comer fora. **Campos – Revista de Antropologia Social**, n. 4, p. 171-194, 2003.
- CORTI, P. Emigración y alimentación: representaciones y autorepresentaciones en la experiencia de una corriente migratoria regional italiana. **Estudios Migratorios Latinoamericanos**, v. 12, n. 35, p. 103-127, 1997.
- COUTINHO, S. R. A; CARVALHO, M. A.V. *Fast-food, snacks* e alimentação de rua: uma questão de saúde pública. In: TORRES, E. A. F. S; MACHADO, F. M. S. (Org.). **Alimentos em questão: uma abordagem técnica para as dúvidas mais comuns**. São Paulo, 2001. p. 95-101.
- DA MATTA, R. **O que é o Brasil?** Rio de Janeiro: Rocco, 2004.
- ELIAS, N. **Sobre o tempo**. Rio de Janeiro: Zahar, 1998.
- ENGLER, A. **Guia gourmet de Nova York**. São Paulo: Martins Fontes, 1998.
- FERNANDEZ-ARMESTO, F. **Comida: uma história**. Rio de Janeiro: Record, 2004.
- _____. Ruínas do microondas. **Folha de São Paulo**, p. 5-6, 20 out. 2002. Mais!
- FISBERG, M.; WEHBA, J.; COZZOLINO, S. M. F. **Um, dois, feijão com arroz: a alimentação no Brasil de norte a sul**. São Paulo: Atheneu, 2002.
- FISCHLER, C. A McDonaldização dos costumes. In: FLANDRIN, J. L.; MONTANARI, M. (Org.). **História da alimentação**. São Paulo: Estação Liberdade, 1998. p. 841-862.
- FLANDRIN, J. L.; MONTANARI, M. **História da alimentação**. São Paulo: Estação Liberdade, 1998.
- FORNARI, C. **Dicionário: almanaque de comes e bebes**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2001.

FRANCO, A. **De caçador a gourmet: uma história da gastronomia**. São Paulo: SENAC, 2001.

GARCIA, R. W. D. A culinária subvertida pela ordem terapêutica: um modo de se relacionar coma comida. In: SIMPÓSIO SUL-BRASILEIRO DE ALIMENTAÇÃO: HISTÓRIA, CIÊNCIA E ARTE, 2000, Florianópolis. **Anais...** Florianópolis: UFSC, 2000. p. 13-16.

_____. Práticas e comportamento alimentar no meio urbano: um estudo no centro da cidade de São Paulo. **Cadernos de Saúde Pública**, v. 13, n. 3, jul./set. 1997.

GIÁCOMO, F. Fome oculta e suas conseqüências. **Higiene Alimentar**, v. 18, n. 121, p. 12, jun. 2004.

GÓES, J. A. W. **Mudanças de hábitos alimentares e saúde: um estudo em fast food**. 2005. Tese (Doutorado em Saúde Pública) - Instituto de Saúde Coletiva, Universidade Federal da Bahia, Salvador.

GONÇALVES, A. C.; BACCARI, G. Guia da festa: o hambúrguer é o rei do cardápio. **Revista Estilo**, v. 2, n. 23, p. 136-139, ago. 2004.

HIRSCH, S. Prato cheio de fé. **Bons Fluidos**, n. 65, p. 14-15, out. 2004.

IUGHETTI, A. M. "Sanduíches: pão, amor e ... fantasia". **Manequim**, n. 478, p. 8-11, out. 1999.

LIMMA, N. O básico que virou sofisticado. **A Tarde**, 15 ago. 2004, Caderno 2, p. 8.

MELO, J. **Guia de restaurantes, São Paulo 2004**. São Paulo: DBA, 2004.

MENDES, A. C. R.; BISCONTINI, T. M. B.; MIRANDA, M. S. Ácidos graxos transisômeros em alimentos: conteúdo, consumo e implicações nas doenças cardiovasculares. **Boletim Centro de Pesquisa de Processamento de Alimentos**, v. 20, n. 1, p. 122-132, jan./jun. 2002.

MONTIGNAC, M. **Coma emagreça e permaneça em forma: o método montignac**: um processo de reeducação alimentar visando uma gastronomia nutricional. Rio de Janeiro: Forma e Ação, 2004.

NASCIMENTO, S. *Slow Food* prega o prazer. **Folha de São Paulo**, 15 maio 2001, Caderno Especial, p. A 6.

OLIVEIRA, N.; CASQUEIRO, A. *Fast-food: o que se inclui sob este rótulo?* In: CONGRESSO BRASILEIRO DE GASTRONOMIA E SEGURANÇA ALIMENTAR, 2004, Brasília. **Caderno de Resumos**, Brasília: Centro de Excelência em Turismo/UNB, 2004. p. 67-68.

OLIVEIRA, S. P.; THÉBAUD-MONY, A. Estudo do consumo alimentar: em busca de uma abordagem multidisciplinar. **Revista de Saúde Pública**, v. 31, n. 2, abr. 1997.

_____. Modelo de consumo agro-industrial: homogeneização ou diversificação dos hábitos alimentares. **Cadernos de Debate**, v. 4, p. 1-13, 1996.

ORTIGOZA, S. A. G. O *fast-food* e a mundialização do gosto. **Cadernos de Debate**, v.5, p. 21-45, 1997.

PITTE, J. R. Nascimento e expansão dos restaurantes. In: FLANDRIN JL.; MONTARINI, M. (Org.). **História da alimentação**. São Paulo, 1998. p. 751-762.

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

PRESTES, L. Grife na chapa: hambúrgueres descolados. *Go were? Gastronomia*, ano 2, n. 9, p. 82-86, ago./set. 2005.

PUIGDOMÈNECH, P. **Qué comemos?** Barcelona: Planeta, 2004.

QUEIROZ, C.; DUMAS, I. *Fast-food* aposta em pratos leves para o verão. **Oficina da Notícia**, 18 nov. 2003. Disponível em: <<http://guiaparana.com.br/noticias/1069178882.shtml>>. Acesso em 29 set. 2004.

RIAL, C. S. M. Os charmes dos *fast-foods* e a globalização cultural. **Antropologia em primeira mão**, n. 7, p. 1-17, 1995.

_____. *Fast-food*. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE GASTRONOMIA E SEGURANÇA ALIMENTAR, 1, 2004, Brasília. **Coletânea de Palestras**. Brasília: Centro de Excelência em Turismo/UNB, 2004. p. 250.

_____. Os *fast-foods*: uma homogeneidade contestável na globalização cultural. **Horizontes Antropológicos**, Ano 3; vol. 5, p. 140-180, jul. 1997.

_____. *Fast-foods*: a nostalgia de uma estrutura perdida. **Horizontes Antropológicos**, ano 2, n. 4, p. 94-103, jan./jun.1996.

_____. A globalização publicitária: o exemplo dos *fast-foods*. **Intercom. Rev. Bras. de Com.** v. 16, n. 2, p. 134-143, jul./dez. 1993.

_____. Rumores sobre alimentos: o caso dos *fast-foods*. **Antropologia em primeira mão**, n.17, p. 1-14, 1996.

RITZER, G. **La McDonalización de la sociedad**: un análisis de la racionalización en la vida cotidiana. Barcelona: Ariel, 1996 .

SHIRTS, M. Novas e velhas maneiras de comer. In: HORTA L. (Org.). **O melhor da gastronomia e do bem viver**. São Paulo: DBA Artes Gráficas, 2004 b. p. 243-244.

_____. O sanduíche e a cultura brasileira. In: HORTA L. (Org.). **O melhor da gastronomia e do bem viver**. São Paulo: DBA Artes Gráficas, 2004a. p. 122-124.

SILVA JÚNIOR, J. H. *Food service*: serviço requer profissionais do futuro. **Food Service News**, ano 3, n. 14, p. 36-37, jun./jul. 2004.

SILVA S. **Fast-food sem culpa**. 20 jan.1999. Disponível em: <<http://www.jfsservice.com.br/arquivo/viver/nutricao/1999/01/20-fast-food-sem-culpa>>. Acesso em: 29 maio 2004.

TEICHMANN, I. **Tecnologia culinária**. Caxias do Sul: EDUCS, 2000.

- VALE, R.; SANTOS, P. *Fast food*: depressa e bem. [200?]. Disponível em: <<http://www.appm.pt/produtos011.html>> Acesso em: 29 maio 2004.
- VIDAL CAROU, M. C. Son tan malos los *fast-food* como se dice? In: VIDAL CAROU, M. C. (Org.). **Sabemos lo que comemos?** Salud y seguridad alimentaria, del colmado a casa. Barcelona: RBA, 2003. p. 186-187.
- VIGGIANO, C. E. A segunda era de ouro da nutrição: alimentos funcionais. **Nutrição Profissional**, ano 1, n.1, p. 12-20, maio/jun. 2005.
- WERNECK, G. Falta de fiscalização faz da comida de rua um risco. **Folha de São Paulo**, 13 maio 2001. Caderno Especial, p. A 8.
- WOORTMAN, K. **Hábitos e tabus alimentares em populações de baixa renda**. Brasília: UNB, 1978. (Série Antropologia).
- ZACHÉ, J. ; CASTELLÓN, L.; TARANTINO, M. O mundo diz não às tentações. **Isto é**, n. 1765, p. 57-61, 30 jul. 2003.
- ZINN, L. D. **Sabor de família**. São Paulo: Arx, 2002.