

HAMBÚRGUERES E LAZER: A NOVA FORMA DE CONSUMO JUVENIL EM RIO BRANCO – AC

HAMBURGERS AND LEISURE: THE NEW FORM OF JUVENILE CONSUMPTION IN RIO BRANCO - AC

Kaira Carla de Oliveira Portilho¹, Hélio Camilo Rosa^{2*}

1. Aluna do 2º ano do Ensino Médio do Colégio de Aplicação da Universidade Federal do Acre – CAp/UFAC, bolsista PIBIC-ICJ FAPAC/CNPq;

2. Professor de Filosofia do Colégio de Aplicação da Universidade Federal do Acre – CAp/UFAC, orientador PIBIC-ICJ FAPAC/CNPq.

*Autor correspondente: locamilo@yahoo.com.br

Recebido: 07/05/2017; Aceito 22/06/2017

RESUMO

Atualmente, com a correria do meio urbano, as pessoas adotaram novos hábitos alimentares, assim preferindo lanches rápidos e práticos, nesse contexto destacam-se as redes de *fast-food*, termo em inglês que significa “comida rápida”. Os adolescentes são mais acessíveis a essas mudanças devido a questões fisiológicas e psicológicas, pois buscam suprir necessidades de estar incluídos em um novo meio social. Visando a saúde e o bem-estar dos mesmos, o presente trabalho investigou a história da chegada das redes de *fast-food* em Rio Branco – Acre, avaliou o quanto os adolescentes frequentam esses locais e analisou a consequência do consumo abusivo desse tipo de alimentação. Como método, observamos a praça de alimentação do *Via Verde Shopping* e entrevistamos dez adolescentes que frequentavam o local. Constatamos que, em geral, escolhem os fins de semana, acompanhados dos amigos e/ou familiares. Percebemos que eles possuem consciência que os *fast-food* não são bons para saúde, porém a diversidade de sabores os entusiasma, alegam também que são influenciados na escolha gastronômica pelas propagandas midiáticas através das belas imagens mostradas na TV e outros meios. Notamos que a alimentação dos jovens está diretamente ligada ao seu meio social, econômico e cultural, sendo uma forma de se interagir com os amigos e no meio em que vive. A procura pelos *fast-food* não significa somente a busca por alimentos com ótimos sabores, mas uma forma de incluir-se no grupo de amigos, isso possui grande valor.

Palavras-Chave: adolescentes, consumo, *Fast-food*.

ABSTRACT

Currently, with the rush of the urban environment, people adopted new eating habits, thus preferring to snacks and practical in this context include fast-food networks, a term in English that means "fast food". Teenagers are more accessible to these changes due to physiological and psychological issues, would seek supply needs to be included in a new social environment. Aiming to the health and well-being of same, the present work investigated the history of the arrival of fast food in Rio Branco-Acre, assessed how much teenagers attend these places and analyzed the consequences of abusive consumption of this type of food. As a method, we look at the Food Court of the Via Verde Mall and interviewed ten teens who frequented the place. We found that, in General, choose the weekends with friends and/or family. We realize that they have conscience that the fast food are not good for health, but the diversity of tastes excite them, they argue, too, that are influenced in the gastronomic choice by media advertisements through the beautiful images shown on TV and other media. We note that the feeding of young people is directly linked to your social,

economic and cultural means, being a way to interact with friends and in the middle in which he lives. The demand for fast food doesn't mean only the search for foods with great flavors, but a way to include yourself in the Group of friends, it has great value.

Keywords: adolescents, consumption, fast-food

1. INTRODUÇÃO

Atualmente a alimentação é uma das maiores preocupações na sociedade, pois influencia na saúde e bem estar das pessoas. Devido ao curto tempo de realização de certas atividades cotidianas, tais como: horário de almoço, intervalo entre reuniões, ir para escola, dentre outros, as pessoas buscam lanches rápidos e práticos com um custo menor ou maior. Elas frequentam as redes de *fast-food*, um termo em inglês que significa “comida rápida”, ou seja, são preparadas em um pequeno intervalo de tempo e logo está à disposição do consumidor.

Os mais suscetíveis a esse tipo de alimentação são os adolescentes, "adolescer" vem do latim e significa crescer, atingir a maturidade [1]. Assim, essa faixa etária é acompanhada por uma série de mudanças fisiológicas, psicológicas e sociais. É também uma fase em que coexistem transformações dos hábitos alimentares, interferindo de forma direta no estado nutricional dessa etapa da vida [2].

Segundo Gabriella Porto em matéria no site Info Escola, a “maior parte das vezes, os alimentos de *Fast-Food* são desprovidos de nutrientes básicos para o bom funcionamento

do corpo humano, e fartos em gorduras e açúcares” [3]. Porém os jovens são atraídos pelas diversidades de sabores, frituras, molhos, sobremesas, doces, etc., que são oferecidos por essas redes. Buscam além do ato de comer, suprir suas necessidades de lazer e garantir o convívio com seu grupo social.

A primeira grande rede de *fast-food* a chegar em Rio Branco foi o *Bob's*, no ano de 2010, segundo Flavio Maia, diretor de desenvolvimento e franquias da Brazil Fast Food Corporation (BFFC), dona da rede *Bob's*, “a loja será muito bem sucedida, pois caprichamos no seu projeto. É com grande satisfação que firmamos a bandeira *Bob's* em Rio Branco e esperamos não só atender a expectativa dos consumidores, mas superá-la” [4]. Em 2011, com a inauguração do primeiro *shopping* em Rio Branco surgiram outras lojas de *fast-food* e atualmente são bem frequentadas, não apenas por adolescentes, mas por todas as faixas etárias: de crianças a idosos. Essas redes de alimentação propiciaram mudanças no comportamento alimentar das pessoas, pois priorizam alimentos de preparo rápido devido à rotina cotidiana exigida nas grandes cidades, passar horas fora de casa, necessitando realizar a maior parte das refeições na rua.

Visando a saúde e bem-estar dos adolescentes, o nosso trabalho investigou a história do surgimento das redes de *fast-food* em Rio Branco, a influência dessas redes de comidas rápidas na alimentação, a frequência que eles consomem os produtos e analisou as consequências do consumo abusivo desse tipo alimentação.

2. MATERIAIS E MÉTODOS

A pesquisa desenvolveu-se em duas etapas. Na primeira, lemos de reportagens, livros e artigos científicos disponíveis em sites da *internet* que abordam o consumo de *fast food* por adolescentes. Na segunda etapa, visitamos a praça de alimentação do *Via Verde Shopping*, observamos o consumo dos produtos oferecidos pelas redes de *fast food* da praça, selecionamos dez adolescentes e os entrevistamos. As perguntas possuíam um aspecto quantitativo e se referiam a: dias da semana que freqüentavam local, produtos escolhidos, meios que influenciavam a tomada de decisão e pessoas preferidas para os acompanharem na refeição.

3. RESULTADOS E DISCUSSÃO

As praças e galerias nos centros urbanos foram criadas com intuito de atrair ao consumo grande parte da população e, conseqüentemente, esses locais se transformaram nos principais meios de

integração e socialização entre as pessoas. Entretanto, a construção do *Shopping Center* em diversas cidades mudou o cenário. No quesito refeição tornou-se comum as praças de alimentação oferecendo uma diversidade gastronômica, destacando-se as redes de *fast-foods*, como por exemplo: *Mc Donald's*, *Bob's*, *Subway*, etc. Pessoas a procura não apenas por bens duráveis, mas também, por alimentos de preparo rápido, incorporando novos hábitos de consumo.

No sentido de verificarmos essas transformações visitamos a praça de alimentação do *Via Verde Shopping*, localizado na Estrada da Floresta, 2320 – Floresta Sul, Rio Branco – Acre. O *Shopping* possui apenas um piso com área total construída de 41.911 m² em um terreno de 120.000 m², possui 109 lojas, sendo 13 na praça de alimentação [5]. Em *Cenas da vida pós-moderna*, Beatriz Sarlo faz uma análise do *Shopping* comparando-o com uma nave espacial, “é possível realizar ali todas as atividades reprodutivas da vida: come-se, bebe-se, descansa-se, consomem-se mercadorias e símbolos segundo regras não escritas porém absolutamente claras” [6].

Em nossas visitas ao *Via Verde Shopping* constatamos essas cenas, diversas pessoas ali na praça de alimentação, algumas escolhendo suas refeições nos cardápios, outras fazendo seus pedidos e tantas sentadas à mesa comendo satisfatoriamente. Observamos o consumo de hambúrgueres por adolescentes na rede *bob's*, sempre rodeados

de amigos ou familiares. Convidamos alguns para participarem da nossa pesquisa e conseguimos dez entrevistas. Ressaltamos que, por questões de ética em pesquisa não identificamos os adolescentes nem suas respostas, o levantamento dos dados das entrevistas possuíam um caráter quantitativo.

Quando questionados sobre os dias de ida ao *shopping* alimentar-se, sete adolescentes nos informaram ir aos finais de semana (70%), enquanto apenas três vão durante a semana (30%).

Como os próprios dados indicam, há maior fluxo de adolescentes nos fins de semana, entretanto para eles a praça de alimentação não se restringe à refeição. Ela é um ambiente de socialização, espaço para o lazer.

Cinco adolescente (50%) freqüentam a praça de alimentação com os amigos da escola, três (30%) com os familiares e dois (20%) com amigos que moram na mesma rua (vizinhos).

Os adolescentes nos informaram também que, ao consumirem os produtos nas redes de *fast-food* sofrem influências das propagandas na TV e outros canais que mostram imagens, fotos personalizadas de sanduíches grandes e suculentos que convidam à degustação. Entretanto na realidade os sanduíches são bem diferentes do que os mostrados nas imagens.

Todos os entrevistados possuem conhecimento das conseqüências provocadas pelo consumo excessivo desses tipos de

sanduíches, com alto teor calórico e gorduras, uma alimentação constante feita apenas com essas refeições não é benéfica para a saúde. Outro resultado importante constatado com a pesquisa foi o desconhecimento do valor calórico dos sanduíches pelos adolescentes entrevistados, sendo que 70% não possuíam interesse em saber a quantidades de calorias, dizendo que são muitas, mais importante que é um alimento de ótimo sabor.

Segundo Laumonier e Abrantes [7], graças ao apelo publicitário o consumo de alimentos do tipo *fast-food*, ricos em calorias e gorduras, tem constituído o cardápio de muitas crianças e adolescentes em substituição às refeições tradicionais, sendo um dos fatores relacionados ao aumento da obesidade. Nessa faixa etária ainda estão em fase de descobertas, sendo facilmente influenciados pelas propagandas.

Os alimentos consumidos nas redes de *fast-foods* são relacionados ao grande teor calórico, entretanto muitos adolescentes não se preocupam com as informações nutricionais, tampouco com os tipos de alimentos que estão comendo. Nessa área destacam os estudos de José Ângelo Wenceslau Góes, professor do Departamento de Ciências dos Alimentos da Universidade Federal da Bahia e doutor em Saúde Pública. Para ele:

A situação nutricional seria considerada normal quando a oferta de nutrientes específicos providos pela alimentação correspondesse às necessidades metabólicas normais. Se a disponibilidade de energia e de nutrientes específicos se situa abaixo das necessidades,

estabelecem-se as condições para o aparecimento das doenças carenciais. [8].

Nesse sentido, os alimentos disponibilizados aos adolescentes não suprem suas necessidades nutricionais e causam algumas doenças, tanto fisiológica quanto psicológica, tais como distúrbios alimentares e obesidade. Segundo Góes os fatores genéticos, fisiológicos e metabólicos contribuem para o surgimento da obesidade. Entretanto, a explicação para o “aumento do número de indivíduos obesos parecem estar mais relacionados às mudanças no estilo de vida e aos hábitos alimentares” [9].

4. CONCLUSÃO

Através do nosso estudo, verificamos o conhecimento, por parte dos adolescentes, das conseqüências do consumo excessivo de *fast-food*. Isso não é o suficiente para não consumir. Eles sabem dos malefícios causados à saúde por uma alimentação baseada em hambúrgueres. Entretanto não demonstram nenhuma preocupação a princípio, pois apontam como benefícios o prazer do encontro com amigos e familiares para saborear uma deliciosa refeição.

A pesquisa revela a falta de informações que os adolescentes possuem sobre o valor nutricional e calórico dos alimentos que comem. Apenas nos disseram que são de altas calorias. Ir ao bob's comer hambúrguer faz parte de um novo hábito

juvenil, é um processo de interação social, estar junto ao grupo de amigos. De certa forma, trata-se da posse de um status social, não são todos os adolescentes que possuem condições econômicas para fazer semanalmente esse tipo de refeição, pois os preços não são acessíveis à população de baixa renda.

Os hábitos alimentares estão relacionados ao meio sócio-econômico-cultural em que vivemos. Nos grandes centros, em *shoppings*, aeroportos, galerias, etc., as redes de *fast-food* disponibilizam refeições práticas para atender as necessidades dos diversos indivíduos que transitam por esses ambientes. Na correria do dia-a-dia optam-se pelo mais fácil e mais rápido. Os adolescentes seduzidos pelas belas imagens são, são convidados ao consumo dessas refeições.

Nossa pesquisa contribui para compreensão da formação de novos hábitos alimentares na cidade de Rio Branco. Diferentemente de outros Estados brasileiros, há apenas sete anos foi instalado a primeira franquia Bob's na capital acreana. Nesse contexto, abre-se discussão para a necessidade de novas investigações sobre o consumo de refeições das grandes redes de *fast-food* presente na cidade, através de pesquisa de campo com maior aporte teórico.

5. REFERÊNCIAS

- [1]. EQUIPE SAÚTIL. **Emoções e Hormônios na Adolescência**. Disponível em <http://www.sautil.com.br/saude-para-voce/adolescente/conteudo/emocoes-e-hormonios-na-adolescencia>, [acesso em 20 de out 2015].
- [2]. SANTOS, J. M.; CAMARGO, M. L. M.; QUEIROZ, N. S. **Consumo de fast foods: um caminho para obesidade na adolescência?** In: V ENEC - Encontro Nacional de Estudos do Consumo - I Encontro Luso-Brasileiro de Estudos do Consumo Tendências e Ideologias do Consumo no Mundo Contemporâneo. Rio de Janeiro, 2010. Disponível em: <http://www.estudosdoconsumo.com.br/artigos/doenec/5.1.1-Dos_Santos_Camargo_e_de_Queiroz-Consumo_de_Fast_Foods.pdf>, [acesso em 20 de out 2015].
- [3]. PORTO, Gabriela. **Malefícios do fast-food**. Disponível em: <<http://www.infoescola.com/saude/maleficios-do-fast-food/>> [acesso em 09 de abril 2015].
- [4] A GAZETA DO ACRE. **Rede Bob's inaugura mega loja em Rio Branco**. Disponível em: <<http://agazetadoacre.com/rede-bobas-inaugura-mega-loja-em-rio-branco/>>, [acesso em 25 de out 2015].
- [5] VIA VERDE SHOPPING, site oficial. **O SHOPPING**. Disponível em: <<http://viaverdeshopping.com.br/shopping.php>>, [acesso em 25 de out 2015].
- [6] SARLO, B. **Cenas da vida pós-moderna: intelectuais, arte e vídeo-cultura na Argentina**. Tradução de Sérgio Alcides. Rio de Janeiro: UFRJ, 1997.
- [7] ABRANTES, M. M.; COLOSIMO, E. A.; LAUMONIER, J. A. **Prevalência de sobrepeso e obesidade em crianças e adolescentes das regiões Sudeste e Nordeste**. *Jornal de Pediatria*, vol. 78, nº4, p. 335-340, 2002. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/jped/v78n4/v78n4a14>>, [acesso em 25 de out 2015].
- [8] GÓES, J. A. W. **Fast food: espaço símbolo da supermodernidade**. Disponível em: <http://amaivos.uol.com.br/amaivos2015/?pg=noticias&cod_canal=33&cod_noticia=6402>, [acesso em: 21 de Out 2015].
- [9] GÓES, J. A. W. **Fast food: espaço símbolo da supermodernidade**. Disponível em: <http://amaivos.uol.com.br/amaivos2015/?pg=noticias&cod_canal=33&cod_noticia=6402>, [acesso em: 21 de Out 2015].