

OBSERVAÇÃO PARTICIPANTE EM PRAÇAS DE ALIMENTAÇÃO

Coordenador: MAUREM RAMOS

Autor: FABIANA HITOMI TANABE

Introdução: A atividade foi realizada durante uma oficina para alunos não-bolsistas do PET-Saúde Nutrição, no período letivo de 2009/01. Cada aluno deveria escolher uma praça de alimentação do shopping center a sua escolha. **Objetivos:** observar o cardápio escolhido pelas mais diversas pessoas que estavam na praça de alimentação no momento da observação; estabelecer possíveis razões para a escolha desses cardápios. **Materiais:** freqüentadores das praças de alimentação dos shopping centers e as respectivas bandejas de comida. **Método:** Observação participante, metodologia utilizada em estudos antropológicos, que permite ao pesquisador observar fatos que acontecem no local em que está inserido e, a partir daí, tentar entender as possíveis relações estabelecidas entre as pessoas e o meio. Entretanto, não se deve observar muitas coisas ao mesmo tempo. O pesquisador deve limitar os objetivos que quer alcançar com a observação. Além disso, deve dispor de tempo suficiente para realizar essa observação, caso contrário, os dados podem ficar enviesados. **Resultados:** as crianças e adolescentes observados consumiam, em sua maioria, alimentos de redes de "fast-foods". Adultos jovens do sexo feminino optaram por pratos mais saudáveis, por exemplo, saladas, enquanto os adultos do sexo masculino não tiveram um cardápio predominante. Idosos preferiram pratos mais leves e saudáveis, como peixes e hortaliças. Pessoas que aparentavam ser de classe sócio-econômica mais baixa também preferiram os alimentos das redes de "fast-foods". **Conclusões:** pela análise dos dados obtidos, conclui-se que as faixas etárias têm uma escolha diferente do cardápio. Ainda nesse contexto, foi verificado um grande número de pessoas consumindo "fast-foods": as crianças possivelmente consumiam esse alimento pelos atrativos que as redes oferecem, como os brinquedos, e a população de mais baixa renda consumia pelo possível status que esse tipo de alimento (marca das redes) proporciona a quem tem poder aquisitivo para comprá-lo.