

O CONSUMO DE RESTAURAÇÃO FORA DE CASA: UMA AMOSTRA DE INDIVÍDUOS COMO PARÂMETRO ANALÍTICO¹

Aline Luane Fantinel

Acadêmica do 1º ano do curso de Letras da Universidade Estadual do Oeste do Paraná - UNIOESTE,
campus Marechal Cândido Rondon

Jéssica Mahyara Chagas Teixeira

Acadêmica do 1º ano do curso de Letras da Universidade Federal do Paraná

Márcio Roberto Ghizzo

Doutorando pelo Programa de Pós-Graduação em Geografia da Universidade Estadual de Maringá,
professor da Universidade Tecnológica Federal do Paraná - UTFPR, campus Apucarana, bolsista
Fundação Araucária

RESUMO: A prática de se restaurar e consumir alimentos fora de casa tem se tornado cada vez mais acentuada na sociedade contemporânea. Afinal, com o novo ritmo de vida empreendido, sobretudo pelo advento da globalização, as pessoas se vêem diante de uma escassez de tempo que solapa seu ritmo cotidiano. Neste sentido, o objetivo deste trabalho é estudar alguns hábitos alimentares das pessoas, principalmente os de alimentar-se fora de casa, verificando algumas das mudanças que ocorreram na sociedade e que impulsionaram, cada vez mais, os indivíduos a procurarem por serviços de restauração. Para tanto, realizou-se, primeiramente, uma breve revisão bibliográfica e, em seguida, a aplicação de um questionário. Num segundo momento houve o compilamento dos dados no município de Toledo-PR, visando descobrir, dentre outros fatores, o que as pessoas buscam neste processo, bem como sinalizar se há bruscas diferenças nesta prática entre os dias úteis e os finais de semana.

Palavras-chaves: consumo de alimentos, hábito alimentar, Toledo.

THE CONSUMPTION OF CATERING OUTSIDE THE HOUSEHOLD: A SAMPLE OF INDIVIDUALS AS ANALYTICAL PARAMETER

ABSTRACT: The practice of catering and consuming food when not at home has becoming more and more usual nowadays. After all, with the new life rhythm, especially because of the globalization, people have been finding themselves in situations of lack of time, which undermines their everyday lifestyle. Thus, this work aims to study some of the people's feeding

¹ Este trabalho é resultado do projeto de Iniciação Científica Júnior da Fundação Araucária intitulado “O hábito de consumo de alimentos: algumas reflexões contemporâneas”.

habits, mainly the feeding when not at home, checking some of the changes that occurred in the society which motivated, more and more, the individuals to seek for catering services. For this purpose, first, a brief bibliographic review was carried out. Next, a questionnaire was applied. In a second moment, the data compiling was carried out in the city of Toledo-PR, aiming to discover, among other factors, what people seek in this process, as well as to point out if there are great differences in this practice between working days and weekends.

Key-words: food consumption, feeding habits, Toledo.

INTRODUÇÃO

A contemporaneidade é marcada por uma série de transformações na estrutura produtiva que influenciaram substancialmente o cotidiano das pessoas. Devido ao excesso de trabalho, ao ritmo pesado dos estudos e ao trânsito caótico, entre outros, o tempo torna-se escasso e a vida das pessoas cada vez mais agitada, o que causa, conseqüentemente, mudanças dos hábitos individuais e de grupos, sendo estas perceptíveis, entre outros, também na alimentação. Nesse sentido, percebe-se, em geral, que a procura da população por serviços de restauração fora de casa torna-se cada vez mais frequente, pois adéqua as necessidades físico-alimentícias do indivíduo àquelas de tempo disponível.

Nesse seguimento, pode-se afirmar que esse ritmo agitado de vida, bem como as mudanças decorrentes, são características da globalização econômica e que acontece, de forma concomitante, ao período denominado pós-moderno (HARVEY, 2007). Embora não seja o intuito deste estudo tratar deste termo, importa considerar que o mesmo está sendo utilizado na intenção de sinalizar para uma contextualização histórica que enfatiza algumas importantes mudanças culturais na vida das pessoas, sendo comumente utilizado por autores que estudam a sociedade do consumo, como é o caso de Bauman (2008), Baudrillard (2005) e Featherstone (2007), entre outros. O termo apresenta algumas controvérsias em relação ao seu significado e, de forma geral, afirma tratar-se do marco de ruptura do modernismo, não apresentando relação direta entre si. Essa definição é utilizada, por exemplo, na arte, já que o pós-modernismo artístico possui características diversas às do modernismo. Em contrapartida, outro uso desse termo refere-se ao período subsequente à Modernidade, dando continuidade às suas características.

Nessa perspectiva, tal significado é mais comumente utilizado histórica e socialmente por referir-se ao período de transição entre a Idade Moderna e a Contemporânea.

Partindo do princípio de que, na atualidade, segundo Ortigoza (2001), o tempo mundial assume um papel muito importante e que seu novo sentido traz um movimento de mudança de valores e de consciência na vida das pessoas, para o presente estudo o termo pós-moderno e seus derivados, como pós-modernismo e/ou pós-modernidade, serão utilizados de acordo com a segunda interpretação anteriormente apresentada, já que a modernidade, com a Revolução Industrial, trouxe grandes mudanças nos hábitos da população. Naquele momento, o surgimento de indústrias maquinofatureiras demandou pela necessidade de um novo perfil dos trabalhadores. Afinal, além de produzir mercadoria com sua força de trabalho, o trabalhador também deveria se comportar como consumidor, colaborando para a acumulação capitalista do detentor dos meios de produção por meio da mais-valia apropriada durante a produção da mercadoria, bem como naquela inserida nos produtos consumidos na economia de mercado. Sendo assim, as jornadas de trabalho eram longas, atingindo 13/14 horas de sobretrabalho diárias, normalmente cansativas e mal remuneradas. Além disso, com a alteração para o padrão de vida urbana, a mulher se viu obrigada a se inserir no mercado de trabalho com o objetivo de colaborar para o sustento de sua família e manter os novos hábitos de consumo. Assim, de acordo com a autora,

Quando a mulher passa a ter uma atividade extradomiciliar, muitas mudanças ocorrem, tanto na relação dela com sua casa, com sua família, como com a sociedade. Essas alterações nas relações espaço-tempo e, portanto, na vida cotidiana, operaram grandes transformações na vida privada e possibilitaram que novas e contínuas formas comerciais surgissem para atender às novas demandas dessa família que não tem mais no lar a mulher, entre outras coisas, preparando as refeições. (ORTIGOZA, 2001, p. 100).

Desta maneira, pode-se afirmar que essa nova figura no mercado de trabalho caracterizou-se como um fator que possibilitou condições para o desenvolvimento de novas unidades comerciais de alimentação, ou seja, os serviços de restauração, os quais se vêem de forma mais exacerbada na atualidade. O crescimento desses ambientes proporcionou refeições prontas oferecidas de maneiras distintas e variáveis, já que cada tipo de estabelecimento passou a buscar novidades e apresentá-las à seus clientes. Houve então o surgimento de diversas variedades de

serviços de restauração, como *A La Carte*, *self-service*, rodízio, “Prato-feito” e, o mais recente, o *fast-food*, cujas definições serão apresentadas posteriormente.

Concomitantemente ao surgimento desses serviços houve uma nova intenção do consumidor ao procurar estes estabelecimentos pois, além de objetivar o suprimento de suas necessidades vitais e biológicas, passou a buscar nestes locais uma alternativa de lazer. Assim, originou-se o hábito de escolher e frequentar o local que mais se adaptasse ao seu gosto. “No final do século XIX, [...] segundo Flandrin e Montanari (1998) começa a desenhar-se uma segunda revolução na arte de comer bem fora de casa.” (ORTIGOZA, 2001, p.115).

Percebe-se, portanto, que o ato de comer fora de casa tomou uma dimensão social e econômica, uma condição de reprodução social. Afinal, seja para a mulher que se inseriu no mercado de trabalho, seja para os homens e/ou jovens que buscam alternativas de alimentação visto a escassez de tempo entre as atividades de trabalho, estudos e compras, entre outros, o ato de alimentar-se passou a expressar significados sociais, como por exemplo, poder sócio-econômico, status social e cotidiano moderno.

Com base nisso, tem-se que, conforme Seymour (2005), atualmente o gosto é formado socialmente e o paladar e as escolhas dos alimentos são determinados por fatores sociais. Ainda segundo este autor, a formação do gosto está intimamente relacionada a três fatores principais: o *habitus*, o capital cultural e o capital econômico, sendo que estes se encontram interligados entre si. O primeiro fator trata-se de escolhas práticas e costumes rotineiros associados à classe social e à posição do indivíduo na sociedade. Representa uma ligação entre os componentes objetivos e subjetivos da classe, isto é, entre os fatores econômicos e de sentimentos da pessoa. O capital cultural refere-se aos produtos culturais e o conhecimento a respeito destes, sendo estes adquiridos através da imersão em *habitus* e pode ser acumulado e transmitido no decorrer da vida. O terceiro fator, o capital econômico, tem relação com economia, ou seja, finanças e mercadorias. Neste âmbito, além destes três fatores serem imprescindíveis para a formação do gosto, também assumem importância por influenciarem o hábito das pessoas de comer fora de casa.

Com base nestes dados, o presente trabalho tem como objetivo apresentar alguns aspectos dos hábitos alimentares em Toledo-PR, focando-se naqueles de alimentação fora de casa. Trata-se de uma cidade média localizada na mesorregião oeste paranaense que, nas últimas décadas,

tem conhecido uma nova dinâmica do cotidiano urbano, com universidades, faculdades e empresas se ingressando em seu espaço e trazendo novas demandas e hábitos de vida para sua população.

Com a finalidade de colaborar com este estudo, num primeiro momento, realizou-se uma revisão bibliográfica sobre assuntos relacionados aos hábitos alimentares das pessoas, bem como ao ato de comer fora de casa, o que será brevemente exposto a seguir.

Posteriormente, foi desenvolvido um questionário contendo dezenove questões, sendo quinze do tipo *fast-interview* (questões rápidas) com respostas pré-definidas e quatro do tipo semidiretivas, em que as respostas são abertas, permitindo ao entrevistado apresentar outras informações relevantes ao entrevistador. Este questionário foi aplicado no município para quarenta e quatro pessoas, no período de 22 a 26 de novembro de 2010, e os entrevistados e os locais de realização da pesquisa foram escolhidos aleatoriamente. Os resultados obtidos com essas entrevistas foram analisados e expressos em gráficos de barras, colunas e setores.

Toledo é uma cidade conhecida regionalmente como “cidade gastronômica”, devido à realização de muitas festas típicas que polarizam população dos municípios de toda região. É também nesta cidade que ocorre anualmente a Festa Nacional do Porco no Rolete, que atrai público de todo o país. De uma forma geral a cidade possui uma caracterização interiorana e o hábito de comer fora vem ganhando expressividade apenas nos últimos anos, quando novos papéis urbanos foram sendo incorporados à cidade, como é o caso de empresas que têm ali se instalado e de universidades que vieram fazer parte do cotidiano toledano, conseqüentemente, trazendo trabalhadores, estudantes e professores de várias regiões do estado e do país.

O HÁBITO DE COMER FORA: conhecendo peculiaridades locais

Como foi salientado anteriormente, comer fora tem se tornado uma prática cada vez mais comum em nossos centros urbanos e, conforme a cidade ganha expressividades econômica e novas empresas e instituições são incorporadas em seu espaço, este tipo de ação também torna-se cada vez mais comum, integrando o cotidiano das pessoas.

No caso estudado, importa considerar que nos últimos anos a cidade de Toledo recebeu

vários estabelecimentos de restauração que englobam variados tipos de serviços como, por exemplo, self-service, à La carte e fast-foods. Este tipo de inovação na cidade vem atender as novas dinâmicas que à cidade tem se incorporado com a chegada de novas indústrias, comércios e instituições de ensino básico e superior, entre outros.

Assim, a pesquisa privilegiou buscar conhecer alguns aspectos básicos deste público que aumenta dia a dia, muitas vezes advindo de outros municípios que vêm para esta cidade no intuito de estudar, trabalhar e/ou consumir.

Neste sentido, um dos aspectos auferidos pelas entrevistas diz respeito à idade e ao grau de instrução do público entrevistado, o que foi mensurado e pode ser observado nos gráficos 01 e 02. A partir da análise dos dados obtidos, pode-se constatar a faixa etária e o grau de instrução dos entrevistados, respectivamente:

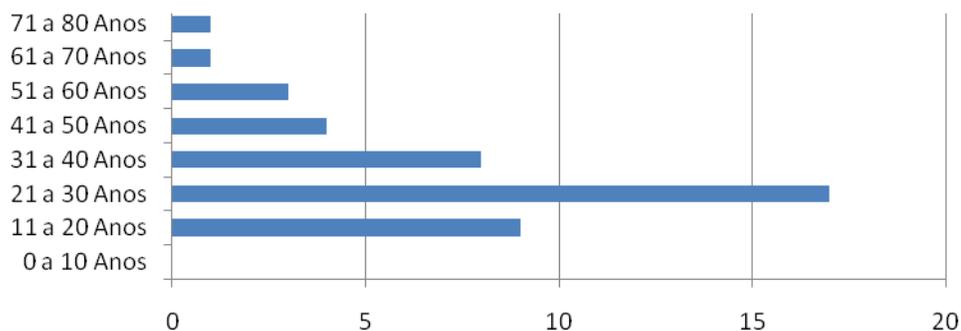


Gráfico 1 – Faixa etária dos entrevistados

Fonte: Pesquisa de Campo

Organização: Fantinel, A. L.; Teixeira, J.M.C, 2010.

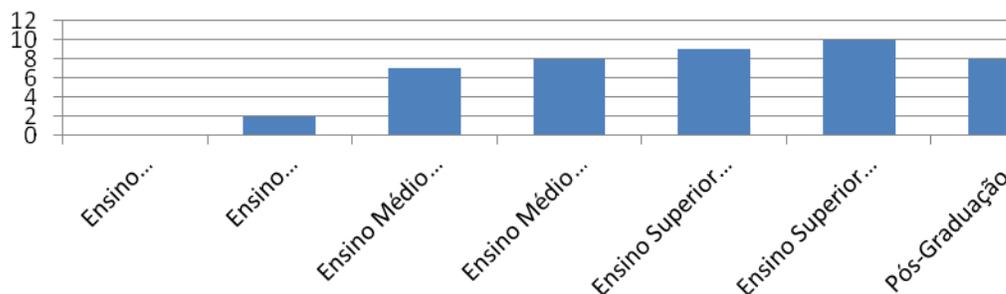


Gráfico 2 – Grau de instrução dos entrevistados

Fonte: Pesquisa de Campo

Organização: Fantinel, A. L. e Teixeira, J.M.C, 2010.

Através dos dados expressos acima, percebe-se que a maioria dos entrevistados apresenta idade entre vinte e um e trinta anos e possui ensino superior completo, sendo que uma minoria possui apenas ensino fundamental completo. Isso demonstra que, como brevemente suposto, considerável parte deste público refere-se à profissionais e estudantes que vêm atender às novas demandas da cidade.

Quanto à ocupação das pessoas entrevistadas, observa-se uma grande diversidade, constatando-se que as principais figuraram entre estudante, professor, farmacêutico, médico, advogado, nutricionista, comerciante, balconista, garçom, fisioterapeuta, mecânico, nutricionista, dona de casa, secretária, dentista, pedreiro, enfermeiro, atendente, cozinheira, caixa de mercado, técnico em laboratório, desempregado, aposentado e empresário, entre outros.

Os entrevistados foram questionados sobre o gasto médio com refeição fora de casa nos dias úteis e nos dias da semana, no intuito de obter-se informações acerca da diferenciação desta prática no que tange à necessidade referente à disponibilidade de tempo e ao lazer. Os resultados obtidos estão expressos nos gráfico 3 e 4.



Gráfico 3 – Gasto médio com refeições fora de casa nos dias úteis

Fonte: Pesquisa de Campo.

Organização: Fantinel, A. L. e Teixeira, J.M.C, 2010.

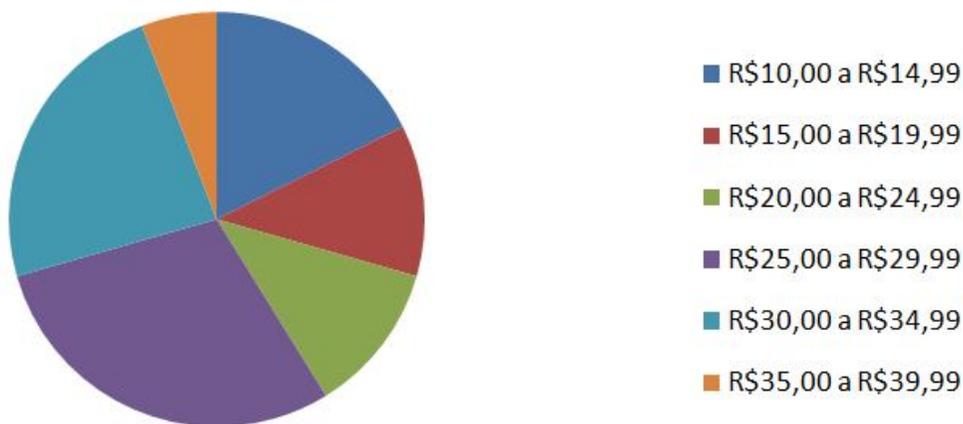


Gráfico 4 – Gasto médio com refeições fora de casa nos finais de semana

Fonte: Pesquisa de Campo

Organização: Fantinel, A. L. e Teixeira, J.M.C, 2010.

Por meio da análise destes gráficos nota-se que, durante os dias úteis, o gasto mais freqüente com uma refeição fora de casa varia entre R\$5,00 e R\$9,99, seguido por R\$10,00 e R\$14,99. Porém, nos finais de semana, percebe-se que há um aumento considerável do gasto com uma refeição, pois o mais freqüente nestes dias varia entre R\$25,00 e R\$29,99, seguido por R\$30,00 e R\$34,99. Isto denota que nos dias úteis da semana as pessoas são imbuídas de um sentimento de “economia”, privilegiando pratos e estabelecimentos mais modestos, normalmente

vinculados apenas à suprir as necessidades de restauração enquanto, nos finais de semana, o vínculo se aproxima com o lazer e com a atividade familiar. Isto pode ser confirmado com o próximo item indagado que se refere, no caso, ao tempo gasto na alimentação.

Neste contexto, a partir da análise dos questionários, verificou-se, também, que o tempo gasto com alimentação fora de casa nos dias úteis, obteve uma média de quarenta e cinco minutos enquanto nos finais de semana, esta média dobra de valor, atingindo uma hora e trinta minutos. A partir disto, é possível afirmar que ao saírem para almoçar e/ou jantar fora de casa nos finais de semana, as pessoas buscam aproveitar seu maior tempo livre para uma refeição mais tranquila, o que se configura como uma forma de lazer normalmente vinculada à família.

O consumo baseado no lazer incorpora um sentimento pra além da necessidade, assumindo um caráter específico de vida urbana que não se restringe ao consumo de mercadorias, mas que engloba uma questão de espaço, ou seja, não apenas comprar, mas estar em determinado lugar assume condição essencial para o consumidor contemporâneo.

Assim, parte-se do princípio de que este tipo de ação consumista não se aplica somente aos que comprem mercadorias, sejam bens de consumo duráveis, não duráveis ou mesmo de restauração, mas também aos que consomem um espaço, fazendo com que nesta ação haja a realização do binômio “espaço de consumo e consumo de espaço”. Neste seguimento, pode-se afirmar que a alimentação fora de casa também se tornou uma alternativa de lazer para os indivíduos. Afinal, “a rápida expansão em escala de produção capitalista, que vem ocorrendo desde a década de 1950, fez que o consumo se tornasse o principal elemento da atividade de lazer.” (SLOAN, 2005, p.33)

Ao serem questionados sobre o tipo de serviço de alimentação que fazem fora de casa, os entrevistados tiveram as seguintes opções de resposta: fast-food, self-service, à La Carte, prato-feito, marmitex e outros, sendo que esta última alternativa não foi citada como resposta por nenhum dos entrevistados.

Neste sentido, importa considerar que, segundo Teichmann (2000), tem-se que serviço fast-food possui características de rapidez no preparo e no serviço, e que visa atender mais clientes em menos tempo, satisfazendo suas próprias intenções e as necessidades de seu público alvo. O autor afirma ainda que a cozinha e o serviço de “fast-food” caracterizam-se como um mercado em expansão, justamente, pela sua grande procura. O serviço self-service trata-se de

uma espécie de “auto-serviço”, já que é o cliente que se serve a partir do que o buffet do restaurante oferece, sendo que este serviço pode ser por quilo, ou seja, o peso do prato servido que determinará o custo da alimentação; ou ainda, o preço pode ser estipulado pela unidade de alimentação e o cliente fica a vontade para servir-se. Na modalidade a La Carte o cliente escolhe o prato que deseja de acordo com os que se encontram listados no *menu* do restaurante, tendo preços variados de acordo com os alimentos que compõem a refeição. Por sua vez, o prato-feito é um serviço em que o prato já vem montado da própria cozinha, e os alimentos normalmente são arroz, feijão, um tipo de carne, uma guarnição (acompanhamento) e salada. O preço de um prato-feito é fixo, sendo estabelecido pelo próprio restaurante. Por fim, o tipo marmitex trata-se de uma modalidade em que a refeição é servida em uma marmita e o preço, normalmente, depende do peso. Pode ter as seguintes variações: o cliente mesmo monta ou a encomenda, sendo que o consumidor pode buscá-la, ou ainda, solicitar para que seja entregue.

Desta maneira, a partir desta breve exposição, verificou-se que, ao longo da semana, as pessoas preferem o tipo de serviço self-service seguido de fast-food, e com menor preferência encontram-se os serviços a La Carte, Prato Feito e Marmitex, sendo que o serviço de rodízio não é utilizado durante a semana pelos entrevistados. Com base nisso, observa-se que, durante os dias úteis, há mesmo uma grande procura pelas modalidades self-service e fast-food, o que justifica o fato destes seguimentos de alimentação estarem em crescente expansão no mercado alimentício respondendo à demanda que clama por rapidez devido ao menor tempo disponível.

Já nos finais de semana observa-se uma inversão deste quadro: os serviços à La Carte e Rodízio são os mais utilizados, seguidos em demanda muito menor pelo fast-food. Os serviços Prato Feito, self-service e marmitex praticamente não são utilizados pelos entrevistados nos finais de semana.

De acordo com a literatura estudada e com as respostas auferidas, a escolha destes tipos de serviço tem como principais fatores influenciadores, nos dias úteis, a praticidade e o preço, principalmente, sendo o critério “sabor” o menos considerado. Porém, nos finais de semana o sabor é o principal fator que influencia na escolha do tipo de serviço, seguido pela praticidade, pelo preço e pela nutrição. Desta maneira, verifica-se que há uma diferença nos hábitos alimentares entre os dias úteis e os finais de semana. Isto justifica-se devido aos objetivos dos indivíduos também serem diferentes entre estes dias, pois, de maneira geral, durante a semana o

foco é o trabalho, os estudos e/ou as compras, e as pessoas possuem menos tempo para alimentação. Diferentemente dos finais de semana, em que as pessoas não estão tão preocupadas com o trabalho e, por isso, procuram uma forma de lazer para diminuir o estresse da semana, e muitas vezes essa forma de lazer é comer fora, o que justifica o fato de durante dias úteis a praticidade e preço serem os principais fatores que influenciam a escolha dos tipos de serviços, e de nos finais de semana o sabor ser o fator mais considerado para tal escolha, estando diretamente associado ao lazer em família.

Ao serem questionados sobre os locais em que fazem suas refeições durante a semana, verificou-se que os mais frequentados são principalmente os restaurantes localizados no centro, seguidos dos estabelecimentos localizados no shopping da cidade (Shopping Panambi) e próximos do local de trabalho e, em último plano, próximos ao local de estudos (escola e/ou faculdades/universidade). Os motivos da escolha destes locais são, em ordem de frequência, a praticidade e o preço, o fato de sentir-se bem no local, o tempo e a nutrição. Nos finais de semana o principal local continua sendo os restaurantes do centro, seguidos em menor preferência pelo shopping. Nestes dias, os fatores que mais influenciam a escolha do local são, em ordem de preferência, a praticidade, o fato de sentir-se bem no local, o preço e a nutrição.

Quando interrogados sobre a companhia ao realizar as refeições, verificou-se que, nos dias úteis, as principais companhias para refeições fora de casa são os amigos, seguidos por família, aqueles que fazem refeição sozinhos e, por último, os colegas de trabalho. Nos finais de semana a maior companhia é a família, seguida em menor frequência por amigos, e sozinho, ratificando o que tem-se defendido neste artigo.

Por fim, foram questionados quanto à média de gasto mensal com a alimentação, tanto no mercado quanto em restaurantes, padarias, lanchonetes, dentre outros locais. A média obtida dos entrevistados foi de aproximadamente duzentos e setenta e um reais e quarenta e cinco centavos, gastos entre refeições completas, pois não são considerados aqui os gastos com lanches, por exemplo.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Pelas breves considerações tratadas neste trabalho, pode-se evidenciar que há uma diferença de consumo dos entrevistados ao alimentar-se fora de casa nos dias úteis e nos finais de semana. Verifica-se durante a semana, de modo geral, que as pessoas procuram refeições mais práticas e rápidas, em que destinam pouco tempo à alimentação, associadas também aos valores mais baixos, entre R\$5,00 e R\$ 14,99. Isto denota preocupação com o tempo, com a praticidade e com o custo da alimentação. O contrário acontece nos finais de semana, pois se observou que os entrevistados, nestes dias, preocupam-se mais com o sabor da alimentação, seguido pela praticidade. Por consequência, dedicam mais tempo para refeição e o gasto torna-se mais acentuado.

Observou-se que o tipo de serviço para alimentação também difere pois, nos dias úteis, os mais procurados são os de self-service e fast-food, enquanto nos finais de semana são os de rodízio e à La Carte. Com base nisso, percebe-se que os serviços de restauração, com o passar do tempo, aumentaram sua importância na sociedade, pois além de serem uma alternativa que busca suprir as necessidades dos trabalhadores e dos estudantes, tornou-se também uma opção de lazer das pessoas, principalmente nos finais de semana, quando podem sair com a família e os amigos. Deste modo, nota-se que os seguimentos de alimentação cada vez mais apresentam uma grande representatividade no ramo alimentício, assumindo um papel importante para as relações de mercados e, principalmente, para a restauração de energia e de lazer para as pessoas.

De uma forma geral este comportamento tem sido fortemente influenciado pela globalização econômica que, conseqüentemente, incorpora novos hábitos e estilos de vida para as pessoas, principalmente para aquelas que desenvolvem suas atividades tipicamente urbanas e que, com isso, fazem destas o seu próprio cotidiano.

Influenciados ainda pela pós-modernidade, onde o consumo tem se tornado a mola propulsora da economia capitalista, os consumidores se inserem neste processo veiculados pelas novas demandas que são impostas pelo modo de produção, estando associadas à representatividade social que não necessariamente se manifesta pelo ser, mas principalmente pelo ter e pelo parecer. Leia-se, neste contexto, não apenas o uso de bens, mas também o consumo de alimentos e os lugares freqüentados para este fim.

REFERÊNCIAS

Bauman, Zygmunt, **Vida para consumo:** a transformação das pessoas em mercadorias. Tradução: Carlos Alberto Medeiros. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2008.

BAUDRILLARD, Jean. **A sociedade de consumo.** Lisboa: Edições 70, 2005.

FEATHERSTONE, Mike. **Cultura de consumo e pós-modernismo.** Tradução: Julio Assis Simões. São Paulo: Studio Nobel, 2007.

HARVEY, David. **Condição pós-moderna:** uma pesquisa sobre as origens da mudança cultural. Trad. Adail Ubirajara Sobral, 16ª edição. São Paulo: Loyola, 2007.

Ortigoza, Silvia, A. G. **O tempo e o espaço da alimentação no centro da metrópole paulista.** 2001. 208 f. Tese (Doutorado) - Instituto de Geociências e Ciências Exatas, Universidade Estadual de São Paulo, Rio Claro, 2001.

SEYMOUR, D. A construção social do gosto. In: SLOAN, D. (Org.) **Gastronomia, restaurantes e comportamento do consumidor.** 1. Ed. Barueri, São Paulo: Manole, 2005.

SLOAN, D. O paladar pós-moderno: comer fora na era individualizada. In: SLOAN, D. (Org.) **Gastronomia, restaurantes e comportamento do consumidor.** 1. Ed. Barueri, São Paulo: Manole, 2005.

TEICHMANN, Ione. **Tecnologia culinária.** Coleção Hotelaria. Caxias do Sul : EDUCS, 2000.