



XII
ENANPPAS

ENCONTRO NACIONAL
DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL
DE PÓS-GRADUAÇÃO E PESQUISA
EM AMBIENTE E SOCIEDADE

**COP30: ENFRENTAMENTOS ÀS
DESIGUALDADES SOCIAIS
E EMERGÊNCIA CLIMÁTICA**

1

AMBIENTE ALIMENTAR NO TRANSPORTE PÚBLICO: ESTUDO FOCADO EM SÃO PAULO

Patrícia Mello Silva¹; André Felipe Simões²

¹ Programa de Pós-Graduação em Sustentabilidade - Escola de Artes, Ciências e Humanidades da Universidade de São Paulo (EACH-USP), patricia.mello.silva@usp.br

² Programa de Pós-Graduação em Sustentabilidade - Escola de Artes, Ciências e Humanidades da Universidade de São Paulo (EACH-USP), afsimoes@usp.br

GT 19 – Urbanismo e meio ambiente: soluções para as cidades globais

RESUMO

Este artigo analisa a configuração do ambiente alimentar em estações de transporte público sobre trilhos disponíveis na cidade de São Paulo, com ênfase na oferta de alimentos ultraprocessados e nas limitações de disponibilidade e acesso a opções saudáveis. A partir de observações de campo, entrevistas com usuários e dados obtidos via Serviço de Informação ao Cidadão (SIC) verificou-se que o elevado número de comércios, a ausência de regulamentação pública sobre o mix de produtos e o uso de estratégias mercadológicas agressivas contribuem para a consolidação de um ambiente que contraria o Direito Humano à Alimentação Adequada. A análise, orientada pela perspectiva da Soberania Alimentar, demonstra como fatores políticos, socioeconômicos e midiáticos moldam as escolhas alimentares e impactam a saúde coletiva.

Palavras-chave: Ambiente Alimentar; Soberania Alimentar; Alimentos Ultraprocessados; Transporte Público sobre trilhos; São Paulo

Destaques:

Apoio:



Realização:



PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM
SUSTENTABILIDADE



Financiamento:





XII
ENANPPAS

ENCONTRO NACIONAL
DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL
DE PÓS-GRADUAÇÃO E PESQUISA
EM AMBIENTE E SOCIEDADE

**COP30: ENFRENTAMENTOS ÀS
DESIGUALDADES SOCIAIS
E EMERGÊNCIA CLIMÁTICA**

- O ambiente alimentar das estações de metrô e trem da cidade de São Paulo é dominado por ultraprocessados.
- A ausência de diretrizes estatais contribui para a baixa oferta de alimentos saudáveis.
- Estratégias de marketing incentivam o consumo impulsivo e não saudável.
- A falta de regulação compromete o Direito Humano à Alimentação Adequada (DHAA).

INTRODUÇÃO

No fluxo cotidiano das cidades, impõe-se uma pergunta aparentemente simples, mas complexa, que atravessa horários, espaços e classes sociais: “O que comer?”. A resposta a essa pergunta envolve não só as possibilidades de escolha alimentar, como também as restrições socioeconômicas, políticas, midiáticas e ambientais que as moldam.

Sob a lógica hegemônica da produção de alimentos e da escassez de tempo, decidir o que comer torna-se um exercício de conciliação entre conveniência, preço, disponibilidade e saúde. A complexidade dessa decisão leva, por vezes, à busca de orientações ou à adoção de dietas padronizadas, as quais, frequentemente, são deslocadas do cotidiano urbano (Canella *et al.*, 2015; McMichael, 2016).

As transformações estruturais ocorridas a partir dos anos 1990 - impulsionadas pela globalização e pela financeirização da economia - aceleraram o processo de oligopolização do sistema alimentar (Wilkinson, 2022). Nesse contexto, consolidou-se a indústria dos ultraprocessados: produtos à base de substâncias alimentares ou sintéticas, submetidos a múltiplas etapas industriais e aditivados. Embora acessíveis, duráveis e de preparo rápido, esses itens comestíveis são nutricionalmente pobres, e estão associados a impactos negativos para a saúde, a justiça social, o meio ambiente e os sistemas alimentares tradicionais (Monteiro *et al.*, 2018).

A rápida expansão desses produtos reflete o avanço de cadeias alimentares globais que homogeneizam hábitos e reduzem a diversidade alimentar (McMichael, 2016; Wilkinson, 2022). Ao mesmo tempo, a crescente realização de refeições fora de casa, associada à falta de tempo, contribui para o predomínio desse alimentos (Canella *et al.*, 2015).

Esse cenário configura o que a literatura chama de ambientes obesogênicos - espaços urbanos marcados pela oferta de produtos de alta densidade energética e pela escassa

Apoio:



Realização:



PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM
SUSTENTABILIDADE



Financiamento:





disponibilidade de alimentos saudáveis, especialmente em função de fatores econômicos e geográficos (Swinburn; Egger, 2002).

Outros estudos têm identificado a existência de desertos alimentares - áreas com ausência de locais que comercializam alimentos saudáveis e frescos (Beulac; Kristjansson; Cummins, 2009) - e pântanos alimentares, onde há predominância de *fast-foods*, ultraprocessados em detrimento de alimentos saudáveis (Bridle-Fitzpatrick, 2015). Nessas situações, o problema transcende a presença ou ausência de alimentos, envolvendo a qualidade da oferta e a capacidade de escolha da população.

Caspi *et al.* (2012) propõem cinco dimensões para avaliar o ambiente alimentar: disponibilidade, acessibilidade física, acessibilidade financeira, aceitabilidade e acomodação. Em espaços urbanos de grande fluxo - como o transporte público -, essas dimensões frequentemente reforçam padrões alimentares pouco saudáveis e desigualdades em saúde.

Esse debate cresce diante da projeção de que, até 2050, cerca de 70% da população mundial viverá em áreas urbanas (Rydin *et al.*, 2012). Cidades tornam-se territórios-chave para políticas intersetoriais de promoção da saúde, integrando ações públicas, comunitárias e ambientais (Ramirez-Rubio *et al.*, 2019). Tais estratégias devem garantir acesso físico e financeiro a alimentos saudáveis e promover escolhas conscientes. (Franco *et al.*, 2021).

No contexto da cidade de São Paulo, metrópole com mais de 12 milhões de habitantes e densidade superior a 7.800 hab/km² (SEADE, *[S.d.]*), o transporte sobre trilhos exerce papel central na mobilidade. A rede é composta por seis linhas de METRÔ e sete da CPTM, operadas por entes públicos e concessionárias.

Esses espaços não apenas conectam modais, mas também concentram intensa atividade comercial. Regulamentos permitem a instalação de lojas e máquinas de venda de alimentos em áreas internas, compondo as receitas não tarifárias. Em 2022, essas receitas somaram R\$ 266 milhões no METRÔ e R\$ 67,2 milhões na CPTM. (Companhia de Metropolitana de São Paulo, *[S.d.]*; Companhia Paulista de Trens Metropolitanos, 2023).

Diante desse cenário, a promoção da saúde e a prevenção de doenças crônicas não transmissíveis (doenças cardiovasculares, diabetes ou câncer, por exemplo) exigem ambientes que garantam acesso a alimentos frescos, nutritivos e culturalmente apropriados. Ancorado no referencial da Soberania Alimentar (SA) - direito dos povos de definir seus sistemas alimentares



XII
ENANPPAS

ENCONTRO NACIONAL
DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL
DE PÓS-GRADUAÇÃO E PESQUISA
EM AMBIENTE E SOCIEDADE

**COP30: ENFRENTAMENTOS ÀS
DESIGUALDADES SOCIAIS
E EMERGÊNCIA CLIMÁTICA**

(Patel, 2021) -, este estudo objetiva caracterizar e analisar o ambiente alimentar nas estações, compreendidas como “pântanos alimentares”: territórios onde a oferta de ultraprocessados, aliada à acessibilidade física e financeira e à exposição midiática, restringe a autonomia e o exercício do Direito Humano à Alimentação Adequada (DHAA). O estudo articulou revisão narrativa sobre sistema alimentar, ultraprocessados, ambiente e soberania alimentar com investigação empírica em quatro estações. Por meio de observações e entrevistas, analisou-se a disponibilidade e o acesso físico e financeiro aos alimentos. Este trabalho, em última instância, almeja compreender como o ambiente alimentar influencia práticas de consumo; intui-se que tal análise há de subsídios à elaboração e à implementação de políticas públicas voltadas a ambientes urbanos mais saudáveis, justos e sustentáveis.

METODOLOGIA

Este estudo, de viés eminentemente qualitativo, foi desenvolvido como estudo de caso único nas estações Brás, Luz, Palmeiras-Barra Funda e São Bento do sistema de transporte sobre trilhos da cidade de São Paulo. Após uma revisão narrativa que fundamentou os conceitos de sistema alimentar, ambiente alimentar, alimentos ultraprocessados, soberania e segurança alimentar, procedeu-se à coleta empírica entre o segundo semestre de 2022 e o fim de 2023.

Os dados foram obtidos por quatro meios complementares: (i) observações sistemáticas registradas em caderno de campo, com apoio de fotografias para documentar disposição de pontos de venda, tipos de produtos e estratégias promocionais; (ii) 11 entrevistas semiestruturadas com usuários - média de 35 anos, 72,73 % mulheres, renda familiar média de 2,9 salários-mínimos - conduzidas presencialmente nas estações ou, quando necessário, via Google Meet, até a saturação; (iii) documentos oficiais e estatísticas de fluxo de passageiros e de ocupação comercial encaminhados pelo Serviço de Informações ao Cidadão (SIC) tanto do METRÔ quanto da CPTM, que detalham número de usuários e estabelecimentos, regras de concessão e critérios de escolha do mix de produtos; e (iv) relatórios institucionais de ambas as companhias para triangulação das informações. As anotações e transcrições foram analisadas no software ATLAS.ti e submetido a codificação temática combinada - dedutiva, a partir da literatura, e indutiva, a partir dos achados de campo.

Apoio:



Realização:



PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM
SUSTENTABILIDADE



Financiamento:





XII
ENANPPAS

ENCONTRO NACIONAL
DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL
DE PÓS-GRADUAÇÃO E PESQUISA
EM AMBIENTE E SOCIEDADE

COP30: ENFRENTAMENTOS ÀS
DESIGUALDADES SOCIAIS
E EMERGÊNCIA CLIMÁTICA

Definiram-se, inicialmente, três códigos-guia: “disponibilidade e acesso”, “redes de convívio” e “estratégia mercadológica”; na etapa das entrevistas surgiu o código “alimentos saudáveis”. Os dados de campo foram codificados e agrupados com base em conteúdos similares, permitindo a comparação entre observações, relatos de usuários e documentos institucionais.

Essa estratégia assegurou uma visão integrada sobre como a disponibilidade e a acessibilidade física e financeira de ultraprocessados - favorecida pela política de concessões comerciais das empresas públicas de transporte - molda as práticas de consumo alimentar nas estações, oferecendo bases empíricas para a discussão de medidas de promoção de ambientes urbanos mais saudáveis, justos e sustentáveis.

RESULTADOS

A observação sistemática demonstrou que a disponibilidade e o acesso a alimentos nas estações de transporte público de São Paulo estão ligados ao número e à localização dos pontos de venda. Segundo dados obtidos por meio do SIC, o sistema METRÔ contava, em agosto de 2023, com 155 estabelecimentos comerciais, enquanto a CPTM registrava 40. Metade desses comércios (49%) está instalada antes das catracas e outros 37% nos corredores entre bloqueios e plataformas (Figura 1), disposição que expõe o passageiro a estímulos visuais e olfativos ao longo do trajeto: “o cheiro de salgados recém-assados criou uma tentação mesmo em quem acabara de almoçar”; “o cheiro é o que me faz querer comprar, mesmo se não estou com fome” (Entrevistada 7).

Figura 1: Localização dos estabelecimentos nas estações do transporte público, Estações República, São Bento, Paulista e Tamanduateí.



Fonte: Acervo pessoal dos autores, 2023.

Apoio:



Realização:



PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM
SUSTENTABILIDADE

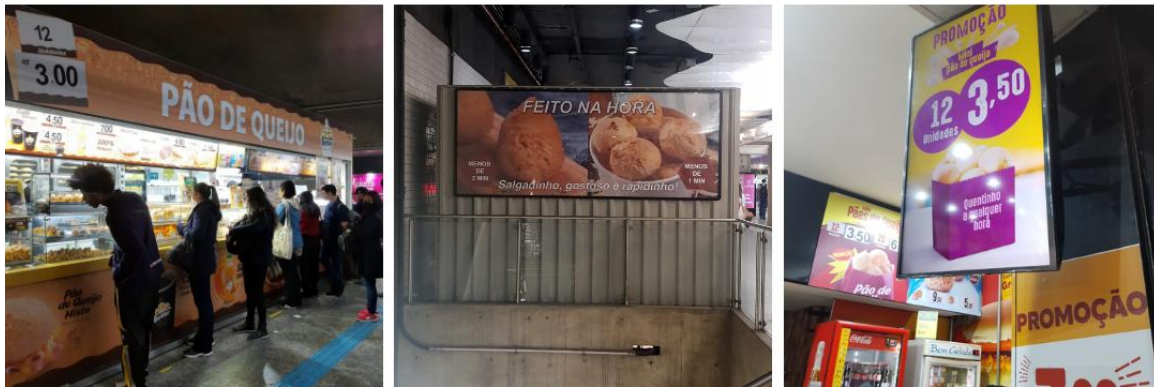


Financiamento:



Nas entrevistas, três fatores apareceram de forma recorrente: localização, preço e praticidade. A conveniência pautou muitas decisões - “A praticidade também. Aproveito que estou ali e já compro” (Entrevista 2) -, e o preço funcionou tanto como atrativo (“R\$ 2,00 oito pães de queijo”, Entrevista 2) quanto como barreira (“Lanche natural é muito caro, é uns R\$ 20”, Entrevista 8). A impossibilidade de comprar frutas por unidade foi citada como obstáculo à escolha saudável, especialmente no Grajaú: “Se fosse por unidade era viável; esse pacote não dá nem para entrar no trem lotado” (Entrevista 1) (Figura 2). Essa citação, aliás, refere-se à única menção direta à venda de fruta identificada na análise qualitativa, sinalizando uma exceção no ambiente pesquisado.

Figura 2: Venda de pão de queijo nas estações.



Fonte: Acervo pessoal dos autores, 2023.

Alguns usuários revelaram recorrer a ambulantes dentro dos trens em busca de menor custo: “No impulso do preço, é mais vantajoso” (Entrevista 5). A categorização dos pontos de venda, segundo os protocolos do SIC, abrange “lanchonetes, chocolaterias, produtos sazonais, casas de bolos, doces caseiros, bombonieres, produtos de panificação industrializados e salgaderias”, reunindo franquias conhecidas - Cacau Show, Spoleto, Subway, Ragazzo Express, McDonald’s – e demais marcas, como Brass Café, Casa de Bolos e Maratá Café. Embora o Regulamento para Ocupação e Exploração Comercial do METRÔ preveja a categoria “produtos naturais”, as respostas via SIC apenas indicam que tais itens existem, sem detalhar quantidade ou localização. A análise de campo e os dados de Franco *et al.* (2021) revelam presença limitada desses produtos: frutas em 10% das lanchonetes e 4,8% das *vending machines*; hortaliças restritas a recheios de sanduíches em 50% das lanchonetes; e, entre as bebidas, oferta de água.



Quanto à responsabilidade pública pelo DHAA, METRÔ e CPTM afirmaram que a seleção de mix é delegada às concessionárias privadas. O METRÔ esclareceu que cada empresa propõe o mix durante o processo licitatório “conforme análises próprias de demanda e perfil dos passageiros”; a CPTM declarou “não realizar estudo específico para áreas comerciais, trabalhando apenas com a autorização ou concessão de espaços para a iniciativa privada”. Conseqüentemente, as decisões sobre o que vender - e a predominância de ultraprocessados - permanecem nas mãos dos comerciantes, enquanto os usuários continuam expostos a um ambiente de oferta restrita e preços assimétricos que limitam a prática de escolhas alimentares saudáveis.

As redes de convívio observadas nas estações moldam pequenos rituais alimentares que, embora efêmeros, revelam aspectos relevantes do ambiente alimentar. Nos horários de pico (6h30–8h30; 11h–13h; 18h–20h), a parada média diante das vitrines é de 3 a 4 minutos, e mesmo nas filas o tempo raramente ultrapassa 10 minutos. Grande parte das compras é consumida individualmente, mas frequentemente surge de interações coletivas: “eu e as minhas amigas sempre falamos de comer” (Entrevistada 11). Essas conexões do cotidiano criam vínculos recorrentes, como no caso da vendedora de acessórios para celular que afirmou: “Todos os dias de manhã eu como um salgado recheado com queijo e presunto desse lugar aqui do lado”.

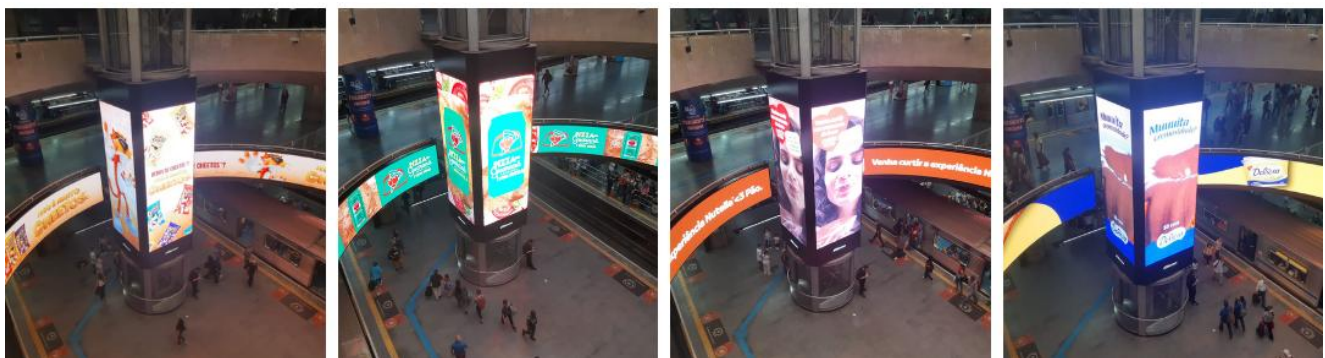
Ainda que as entrevistas não tenham abordado diretamente as interações entre os usuários durante as refeições, surgiram indícios de que as redes de convivência - mesmo informais ou ocasionais - influenciam os comportamentos alimentares. A fala “As comidas chamam mais atenção; mesmo assim eu não compro, só se tiver alguém” (Entrevistado 10) indica que a presença de outras pessoas pode ser um fator decisivo. Situações de lazer ou deslocamento em grupo reforçam esse padrão: “Voltando do rolê com os amigos ... não importa o horário, sempre tem comida” (Entrevistada 6).

Essas falas sugerem que, no contexto da mobilidade urbana, as redes de convívio funcionam como elementos estruturantes do ambiente alimentar, favorecendo decisões de consumo, muitas vezes impulsivas, e incorporando os ultraprocessados à rotina compartilhada de quem transita pelas estações.



As estratégias mercadológicas identificadas nas estações envolvem o uso coordenado de elementos visuais e sensoriais para atrair os consumidores. Vitrines iluminadas, painéis eletrônicos e aromas atuam de forma combinada para estimular o consumo. Na Estação Sé, telões instalados nas plataformas exibiam, continuamente, propagandas de alimentos; já na Estação Brás, um painel aéreo cumpria função semelhante, posicionado de forma estratégica para alcançar o olhar de quem desembarca dos trens da CPTM (Figura 3).

Figura 3: Painéis eletrônicos com propagandas de alimentos não saudáveis da Estação Sé.



Fonte: Acervo pessoal dos autores, 2023.

Além das imagens, os textos em placas coloridas - comumente localizadas à altura dos olhos - promoviam ofertas do tipo “salgado + refrigerante”, sinalizando o apelo ao consumo imediato e de conveniência. Em estações como Luz e Tamanduateí, o aroma de alimentos recém-preparados também desempenhava papel ativo na indução do desejo de compra: “o cheiro de pão de queijo” foi percebido no campo como um estímulo capaz de atrair mesmo aqueles que “não estavam com fome”.

Quando convidados a refletir sobre o que consideram “alimento saudável”, os entrevistados revelaram uma percepção marcada por dualidade. De um lado, manifestaram o desejo por alimentos frescos, feitos na hora e com preço acessível, como “marmita com arroz, feijão, carne” (Entrevista 1), “suco natural, salada de fruta” (Entrevista 2) e quiosques semelhantes aos de “lojas de sucos de shopping” (Entrevista 7). Valorizaram, também, o preparo visível e a qualificação da mão de obra, indicando que a confiança na origem e no preparo influencia a escolha. Além disso, destacaram a importância da presença de saladas, frutas e opções leves.



Por outro lado, reconheceram que a oferta atual nas estações não corresponde a essa expectativa: classificaram os alimentos como “coisas gordurosas, sem valor nutricional” (Entrevista 6), “só alimento ultraprocessado” (Entrevista 5) e “cheio de gordura e conservante” (Entrevista 2). Essa insatisfação se soma a preocupações com a segurança sanitária, relatadas em falas como “não sabe quando foi feito, dá vontade, mas não sabe a qualidade” (Entrevista 4).

Assim, o conceito de “alimento saudável” aparece como algo desejado, associado à praticidade, preparo confiável e nutrição leve. Entretanto, a experiência cotidiana é marcada por restrições econômicas, sanitárias e de infraestrutura, o que evidencia a necessidade de repensar a configuração alimentar das estações para atender ao DHAA.

DISCUSSÃO

A análise das inter-relações entre o consumo de ultraprocessados e o ambiente alimentar nas estações, sob a perspectiva da Soberania Alimentar (SA), revelou um contexto marcado pela ausência de regulação estatal e pela prevalência de escolhas alimentares condicionadas pelas estratégias mercadológicas. O conceito de SA, conforme adotado neste estudo, enfatiza o direito das populações de decidir o que consumir, valorizando práticas culturais e resistindo à padronização imposta pelo sistema alimentar global. A realidade observada nas estações, contudo, aponta para o oposto: a imposição de uma oferta restrita, dominada por ultraprocessados, cuja presença não se dá por escolha consciente dos indivíduos, mas pela limitação estrutural de alternativas.

A pesquisa empírica demonstrou que, apesar de o Governo do Estado de São Paulo administrar tanto a CPTM quanto o METRÔ, a gestão do ambiente alimentar nesses espaços é delegada, sem mediação crítica, à iniciativa privada. Essa transferência de responsabilidade ocorre sem que haja diretrizes que assegurem o cumprimento do DHAA, configurando uma omissão estatal diante do dever de garantir ambientes alimentares saudáveis e acessíveis à população. Ainda que documentos mencionem categorias como “produtos naturais”, essas opções, quando presentes, não são representativas no conjunto da oferta.

As respostas obtidas via SIC revelam uma aparente tentativa de indicar a presença de alimentos saudáveis, como frutas e saladas, mas sem especificar sua localização ou proporção



XII
ENANPPAS

ENCONTRO NACIONAL
DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL
DE PÓS-GRADUAÇÃO E PESQUISA
EM AMBIENTE E SOCIEDADE

COP30: ENFRENTAMENTOS ÀS
DESIGUALDADES SOCIAIS
E EMERGÊNCIA CLIMÁTICA

em relação à totalidade dos produtos ofertados. Essa lacuna se agrava quando comparada à pesquisa de Franco *et al.* (2021), que apontou a presença de frutas em apenas 10% das lanchonetes e 4,8% das *vending machines*. A escassez de alimentos *in natura*, aliada ao preço elevado, torna o acesso a uma alimentação equilibrada inviável para uma parte dos usuários. Tal constatação se reforça nas entrevistas, nas quais os participantes destacaram o alto custo das opções saudáveis e a facilidade de acesso aos ultraprocessados, promovidos por meio de combos e propagandas.

O ambiente alimentar das estações emerge, portanto, como um espaço que estimula o consumo de ultraprocessados não apenas pela disponibilidade, mas também pelas estratégias de marketing que exploram tempo reduzido, impulsividade e vulnerabilidade dos usuários. As entrevistas revelam que muitos participantes consomem esses alimentos pelo menos 2 vezes por semana, citando como motivadores a fome, o preço e as promoções. Nesse contexto, as dimensões de disponibilidade, acesso físico e financeiro se interconectam, restringindo as escolhas e contribuindo para a manutenção de hábitos não saudáveis.

Adicionalmente, observou-se que o ambiente alimentar das estações é atravessado por redes de convívio que, embora efêmeras, contribuem para a formação de pequenos rituais alimentares. A influência de amigos nas decisões de compra, bem como a formação de vínculos entre consumidores e vendedores, mostra que a escolha alimentar se dá em meio a interações sociais que reforçam comportamentos de consumo. Essas práticas são intensificadas pelas estratégias mercadológicas que atuam sobre os sentidos - visão e olfato -, tornando a experiência de compra rápida e orientada para os produtos de maior apelo sensorial.

Embora os participantes expressem desejo por alternativas mais saudáveis - como marmitas caseiras, frutas e sucos naturais -, a viabilidade dessas escolhas é comprometida pelas condições do ambiente alimentar. As falas apontam uma dualidade: de um lado, a consciência dos prejuízos à saúde associados ao consumo de ultraprocessados; de outro, a falta de opções acessíveis. Esse dilema revela uma contradição estrutural: a autonomia alimentar é reivindicada, mas negada na prática, diante de um sistema que favorece a padronização e a concentração de poder sobre o que se come.

As falas dos entrevistados também denunciam a falta de transparência sobre a qualidade dos alimentos ofertados, com preocupações recorrentes sobre validade, higiene e modo de

Apoio:



Realização:



PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM
SUSTENTABILIDADE



Financiamento:





XII
ENANPPAS

ENCONTRO NACIONAL
DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL
DE PÓS-GRADUAÇÃO E PESQUISA
EM AMBIENTE E SOCIEDADE

**COP30: ENFRENTAMENTOS ÀS
DESIGUALDADES SOCIAIS
E EMERGÊNCIA CLIMÁTICA**

preparo. Tais observações ressoam com os princípios da SA, ao reivindicar não apenas acesso, mas também dignidade, respeito e informação. A crítica à ausência de regulação e à predominância de alimentos que desrespeitam a saúde sinaliza a necessidade de rever as políticas públicas que regem a alimentação nesses espaços.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A investigação do ambiente alimentar nas estações, à luz da Soberania Alimentar, mostrou a dificuldade de garantir o DHAA em espaços onde a oferta é comandada, quase exclusivamente, pela lógica hegemônica. As estações configuram-se como “pântanos alimentares”: predominam pontos de venda de ultraprocessados, enquanto frutas, hortaliças e preparações frescas são escassas e, quando existem, apresentam preços elevados.

A análise dos dados via SIC mostraram que METRÔ e CPTM não realizam estudos prévios nem impõem diretrizes nutricionais; cada empresa define seu mix a partir de interesses próprios. Essa omissão transfere ao mercado a decisão sobre o que será disponibilizado e, na prática, legitima a hegemonia de franquias voltadas ao *fast-food* e produtos de conveniência. A ausência de regulamentação também permite a circulação maciça de promoções e propagandas que, associadas a aromas e vitrines estrategicamente posicionadas, estimulam escolhas rápidas, impulsivas e pouco nutritivas.

Os usuários reconhecem os prejuízos à saúde decorrentes desse padrão alimentar, mas relatam consumir duas ou mais vezes por semana, sobretudo pela combinação de conveniência, preço e tempo reduzido. As entrevistas revelaram ainda desconforto com a falta de transparência sobre validade e higiene dos produtos, reforçando demandas por alimentos frescos e financeiramente acessíveis.

O ambiente alimentar das estações, como evidenciado neste estudo, não é um espaço neutro, mas sim influenciado por estruturas político-econômicas que determinam o que é ofertado, como é ofertado e a que preço. A ausência de diretrizes claras, somada à delegação ao setor privado, compromete o DHAA e perpetua desigualdades. A análise aqui apresentada, portanto, não se limita a descrever um cenário, mas revela uma problemática que envolve poder, regulação e justiça alimentar, fundamental para o avanço de políticas que promovam a AS nos espaços urbanos.

Apoio:



Realização:



PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM
SUSTENTABILIDADE



Financiamento:





XII
ENANPPAS

ENCONTRO NACIONAL
DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL
DE PÓS-GRADUAÇÃO E PESQUISA
EM AMBIENTE E SOCIEDADE

**COP30: ENFRENTAMENTOS ÀS
DESIGUALDADES SOCIAIS
E EMERGÊNCIA CLIMÁTICA**

Frente a esse quadro, a Soberania Alimentar surge como referencial crítico para orientar políticas públicas. É indispensável que o Governo do Estado assuma responsabilidade sobre o ambiente alimentar das estações: estabeleça critérios mínimos de oferta saudável e regule a publicidade de alimentos articulando as dimensões socioeconômicas e midiáticas que moldam as decisões de compra em contextos de alta circulação.

REFERÊNCIAS

BEAULAC, Julie; KRISTJANSSON, Elizabeth; CUMMINS, Steven. A Systematic Review of Food Deserts, 1966–2007. **Preventing Chronic Disease**, v. 6, n. 3, p. A105, 15 jun. 2009.

BRIDLE-FITZPATRICK, Susan. Food deserts or food swamps?: A mixed-methods study of local food environments in a Mexican city. **Social Science & Medicine (1982)**, v. 142, p. 202–213, out. 2015.

CANELLA, Daniela Silva *et al.* Does the circulation of people influence the availability of restaurants, bars and snack bars? Findings from the city of São Paulo. **DEMETRA: Alimentação, Nutrição & Saúde**, v. 10, n. 1, p. 109–118, 24 abr. 2015.

CASPI, Caitlin E. *et al.* The local food environment and diet: A systematic review. **Health & Place**, v. 18, n. 5, p. 1172–1187, 1 set. 2012.

COMPANHIA DE METROPOLITANA DE SÃO PAULO. **Demonstração Financeira 2022 | Portal da Transparência**. Disponível em: <<https://transparencia.metrosp.com.br/dataset/demonstra%C3%A7%C3%A3o-financeira-2022>>. Acesso em: 28 jul. 2023.

COMPANHIA PAULISTA DE TRENS METROPOLITANOS. **Relatório Integrado da Administração | CPTM**. Disponível em: <<https://www.cptm.sp.gov.br/esg-consciente/Governanca/Paginas/Relatorio-da-Administracao-RIA.aspx>>. Acesso em: 1 nov. 2023.

FRANCO, Jessica Vaz *et al.* Food environment at subway stations: a study in the municipality of São Paulo, Brazil. **Ciencia & Saude Coletiva**, v. 26, n. 8, p. 3187–3198, 2021.

MCMICHAEL, Philip. **Regimes alimentares e questões agrárias**. 1º ed. [S.l.]: Unesp, 2016.

MONTEIRO, Carlos Augusto *et al.* The UN Decade of Nutrition, the NOVA food classification and the trouble with ultra-processing. **Public Health Nutrition**, v. 21, n. 1, p. 5–17, jan. 2018.

Apoio:



Realização:



PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM
SUSTENTABILIDADE



Financiamento:





XII
ENANPPAS

ENCONTRO NACIONAL
DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL
DE PÓS-GRADUAÇÃO E PESQUISA
EM AMBIENTE E SOCIEDADE

**COP30: ENFRENTAMENTOS ÀS
DESIGUALDADES SOCIAIS
E EMERGÊNCIA CLIMÁTICA**

PATEL, R. Prefácio. Sobre o tempo de movimento. *In*: VRADIS, Antonis; BARTHOLL, Timo; FILIPPIDIS, Christos (Orgs.). **Favela, resistência e a luta pela soberania alimentar**. Rio de Janeiro, RJ: Consequência, 2021. p. 11–14.

RAMIREZ-RUBIO, Oriana *et al.* Urban health: an example of a “health in all policies” approach in the context of SDGs implementation. **Globalization and Health**, v. 15, n. 1, p. 87, 18 dez. 2019.

RYDIN, Yvonne *et al.* Shaping cities for health: complexity and the planning of urban environments in the 21st century. **The Lancet**, v. 379, n. 9831, p. 2079–2108, 2 jun. 2012.

SEADE. **População**. Disponível em: <<https://censo2022.seade.gov.br/>>. Acesso em: 28 jul. 2023.

SWINBURN, Boyd; EGGER, Garry. Preventive Strategies against Weight Gain and Obesity. **Obesity reviews : an official journal of the International Association for the Study of Obesity**, v. 3, p. 289–301, 1 dez. 2002.

WILKINSON, John. Saúde Amanhã: Textos para Discussão 84: O Sistema Agroalimentar Global e brasileiro face à nova fronteira tecnológica e às novas dinâmicas geopolíticas e de demanda. 2022.

Apoio:



Realização:



anppas



PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM
SUSTENTABILIDADE



Financiamento:

