



SÓ COMO COMIDA SAUDÁVEL: UMA DISCUSSÃO TEÓRICA SOBRE SIGNIFICADO DA ALIMENTAÇÃO SAUDÁVEL NA PERSPECTIVA DO CONSUMIDOR

Ronny Luis Sousa Oliveira¹, Raimundo Renato Coelho de Souza², Maria Wesleane Campos de Abreu³, Maria Brena da Silva Martins⁴

¹Universidade Estadual Vale do Acaraú (UVA), São Benedito-CE, Brasil, (ronny_luis@uvanet.br)

²Universidade Estadual do Centro-Oeste do Paraná (UNICENTRO), Irati-PR, Brasil

³Universidade Estadual Vale do Acaraú (UVA), São Benedito-CE, Brasil

⁴Universidade Estadual Vale do Acaraú (UVA), São Benedito-CE, Brasil

RESUMO: O consumo de alimentos ultraprocessados tem crescido de forma expressiva e vem sendo associado ao agravamento de doenças crônicas, à piora da qualidade da dieta e ao enfraquecimento de práticas alimentares mais integradas ao cotidiano social. Paralelamente, a difusão do nutricionalismo fortalece uma compreensão reducionista da alimentação, centrada em nutrientes isolados, rótulos e alegações de saúde, em detrimento do alimento em sua totalidade e de seus significados culturais, afetivos e simbólicos. Nesse contexto, este estudo teórico tem como objetivo analisar como o significado de alimentação saudável é construído e negociado pelos consumidores. A discussão evidencia que comer de forma saudável não se resume a atributos nutricionais, mas envolve valores, rotinas, sociabilidades, memórias, ambiente alimentar e discursos de mercado. O estudo contribui para ampliar o debate acadêmico e subsidiar ações de educação alimentar, consumo consciente e políticas públicas de promoção da saúde.

Palavras-chave: Alimentos; Comida; Nutricêntrico; Comportamento de consumo.

INTRODUÇÃO

A alimentação saudável tem se consolidado como um tema central nos debates contemporâneos sobre consumo, saúde e qualidade de vida (MINISTÉRIO DA SAÚDE, 2014). No entanto, sua compreensão não pode ser reduzida exclusivamente à dimensão biológica ou nutricional. Nas últimas décadas, o aumento do consumo de alimentos ultraprocessados tem sido associado à piora da qualidade da dieta e ao crescimento de doenças crônicas, tornando esse debate ainda mais relevante no campo acadêmico e social (LOUZADA et al., 2022; LANE et al., 2024).

Ao mesmo tempo, a indústria alimentícia tem contribuído para a construção de percepções ambíguas sobre o que significa comer de forma saudável, sobretudo ao promover produtos ultraprocessados por meio de alegações nutricionais, funcionais e de saúde. Nesse processo, alimentos passam a ser valorizados não por sua integralidade, grau de processamento ou contexto de consumo, mas pela presença destacada de nutrientes específicos, vitaminas, minerais, proteínas ou fibras (SCRINIS, 2021; DUARTE et al., 2021). Essa lógica favorece a disseminação do chamado nutricionalismo, perspectiva que reduz a alimentação a uma soma de componentes isolados e enfraquece uma compreensão mais ampla

da comida enquanto prática cultural, social e simbólica (SCRINIS, 2021).

Nesse contexto, emerge a figura do consumidor nutricêntrico, ou seja, daquele que interpreta a saudabilidade dos alimentos prioritariamente a partir de rótulos, alegações e indicadores nutricionais, muitas vezes sem considerar o processamento industrial, os significados culturais e as implicações sociais do ato de comer (ÁSSIMOS et. al., 2025; KORTHALS, 2017). Tal dinâmica é especialmente preocupante porque desloca a atenção do alimento em sua totalidade e reforça uma relação instrumental com a comida, centrada mais na otimização do corpo do que no equilíbrio entre saúde, prazer e sociabilidade (FITZGERALD, 2016; SCRINIS, 2021).

Em contraposição a essa visão reducionista, o Guia Alimentar para a População Brasileira propõe uma abordagem ampliada da alimentação, valorizando alimentos in natura e minimamente processados, o preparo das refeições, a comensalidade e os contextos culturais e sociais do comer (BRASIL, 2014). Nessa direção, compreender a alimentação saudável exige reconhecer que as escolhas alimentares não são determinadas apenas por conhecimento técnico ou composição nutricional, mas também por valores, hábitos, afetos, tradições,



rotinas e pelas condições concretas do ambiente alimentar (OLIVEIRA; SANTOS, 2020; BORGES et. al., 2021).

Diante disso, este estudo parte do entendimento de que o significado da alimentação saudável é socialmente construído e permanentemente negociado entre discursos científicos, estratégias de mercado, experiências cotidianas e práticas culturais. Assim, o objetivo deste trabalho é analisar, em perspectiva teórica, como os consumidores constroem e negociam o significado de alimentação saudável, considerando a influência de fatores nutricionais, sociais, culturais, afetivos e mercadológicos sobre suas escolhas alimentares.

REFERENCIAL TEÓRICO

Cultura e consumo

A alimentação não pode ser compreendida apenas como uma necessidade biológica, pois envolve também dimensões simbólicas, sociais, afetivas e culturais (McCRACKEN, 2003). Comer é uma prática carregada de significados, por meio da qual indivíduos e grupos expressam valores, identidades, memórias e formas de pertencimento (DE SOUSA; DE SOUSA, 2015). Nesse sentido, os bens de consumo, incluindo os alimentos, carregam significados culturalmente construídos, que circulam socialmente e influenciam a forma como são percebidos e vivenciados pelos consumidores (AZEVEDO, 2017).

As práticas alimentares refletem normas sociais, crenças, tradições e visões de mundo, sendo influenciadas pelos contextos culturais em que os indivíduos estão inseridos. Assim, aquilo que é considerado saudável, adequado ou desejável não depende apenas de critérios técnicos, mas também de construções culturais e sociais que organizam o cotidiano alimentar (CONTRERAS; ARNAIZ, 2005). No contexto brasileiro, a comida também mobiliza memórias afetivas, identidades coletivas e sentidos de pertencimento, como demonstram estudos sobre os discursos e códigos de identificação do saudável nas práticas de alimentação.

Além disso, a alimentação ocupa um papel relevante na construção e manutenção das relações sociais. O ato de compartilhar refeições fortalece vínculos, promove interação e contribui para a formação da identidade familiar. O jantar em família, por exemplo, pode ser entendido como um espaço de socialização e produção de sentidos, no qual valores, hábitos e experiências são compartilhados entre os membros do grupo (EPP; PRICE, 2008). Da mesma forma, o cotidiano alimentar organiza relações, papéis e experiências sociais, evidenciando que a comida é também uma mediação importante entre os

indivíduos e seus contextos de convivência (CAPPELLINI; PARSONS, 2012).

Desse modo, pensar a alimentação saudável requer reconhecer que comer não se resume ao consumo de nutrientes. Trata-se de uma prática socialmente situada, atravessada por prazer, memória, tradição, convivência e cultura. Essa compreensão amplia o debate e permite superar interpretações reducionistas que tratam a comida apenas como combustível biológico ou instrumento de controle corporal.

O consumidor nutricêntrico

A expansão do mercado de alimentos ultraprocessados e a crescente utilização de alegações de saúde e nutrição têm contribuído para uma leitura simplificada da alimentação, baseada em atributos isolados e frequentemente dissociada da qualidade global dos alimentos (AZEVEDO, 2017). Nesse cenário, o conceito de nutricionismo torna-se fundamental para compreender como a alimentação passou a ser interpretada prioritariamente a partir de nutrientes específicos, como proteínas, vitaminas, fibras e minerais, em detrimento do alimento em sua integralidade e de seu grau de processamento (SCRINIS, 2021).

Essa lógica tem impactos relevantes sobre o comportamento do consumidor, pois favorece a formação de percepções de saudabilidade baseadas em sinais de mercado, rótulos e estratégias promocionais. Muitas vezes, produtos ultraprocessados são percebidos como saudáveis porque destacam a presença de componentes funcionais ou benefícios específicos, ainda que sua composição global e seu processamento não correspondam a uma alimentação de melhor qualidade (DUARTE et. al., 2021). Assim, a percepção do saudável passa a ser fortemente influenciada por discursos mercadológicos, e não apenas por critérios efetivamente relacionados à promoção da saúde.

Nesse contexto, pode-se compreender o consumidor nutricêntrico como aquele que orienta suas escolhas principalmente por informações fragmentadas sobre nutrientes e promessas funcionais, sem necessariamente avaliar criticamente a natureza do alimento consumido (SAUERBRONN; TEIXEIRA, 2019). Esse perfil de consumidor é reforçado por práticas discursivas e materiais da indústria alimentícia, que apresentam produtos ultraprocessados como compatíveis com um estilo de vida saudável, contribuindo para a naturalização desse tipo de consumo (ÁSSIMOS et. al., 2025).

Além disso, a centralidade conferida aos nutrientes também favorece uma relação mais instrumental com a alimentação, em que a comida deixa de ser percebida como experiência cultural e social para se

tornar um recurso voltado à eficiência, ao desempenho e à adequação corporal. Essa transformação produz tensões importantes, pois desloca o foco do prazer de comer, da convivência e do sentido simbólico das refeições para uma lógica de controle e otimização do corpo (FITZGERALD, 2016; KORTHALS, 2017). Por isso, discutir o consumidor nutricêntrico é essencial para compreender como o significado de alimentação saudável vem sendo redefinido na contemporaneidade.

Significado da comida e socialização

A comida ocupa um lugar central na experiência humana, não apenas por seu papel fisiológico, mas também por sua dimensão simbólica e relacional. Os alimentos evocam lembranças, afetos, tradições e experiências compartilhadas, fazendo com que o ato de comer esteja intimamente ligado à construção de memórias e identidades. Em diferentes contextos, pratos, sabores e modos de preparo funcionam como marcadores de pertencimento e conexão com a cultura, com a família e com experiências vividas ao longo do tempo.

A literatura também mostra que a alimentação está diretamente associada à socialização. Refeições compartilhadas fortalecem vínculos, promovem comunicação e criam oportunidades de interação entre os indivíduos. No contexto familiar, por exemplo, o consumo conjunto de alimentos contribui para a organização das relações cotidianas e para a produção de sentidos sobre o que se come e sobre como se come (EPP; PRICE, 2008). Assim, a comida não é apenas ingerida, mas vivida socialmente.

Além disso, o prazer de comer constitui um elemento central na relação dos indivíduos com a alimentação. O sabor, a textura, o aroma e a experiência sensorial dos alimentos influenciam a forma como as refeições são percebidas e valorizadas, demonstrando que a alimentação não pode ser reduzida a critérios nutricionais. Comer envolve prazer, satisfação e experiência, aspectos que permanecem relevantes mesmo em contextos marcados por discursos normativos sobre saúde e controle alimentar (LOUZADA et al., 2022).

Nos momentos de lazer e convivência, essa dimensão social da comida torna-se ainda mais evidente. Finais de semana, encontros familiares e celebrações demonstram que o alimento assume funções que extrapolam a nutrição, tornando-se um importante mediador de sociabilidade e bem-estar. Nesses contextos, a decisão sobre o que comer não é apenas individual, mas compartilhada, negociada e influenciada pelas relações sociais e pelos significados atribuídos à refeição (CAPPELLINI; PARSONS, 2012).

Dessa forma, o significado da alimentação saudável não pode ser dissociado do prazer, da convivência e da cultura. Uma compreensão ampliada da alimentação exige reconhecer que o saudável também é interpretado a partir das experiências cotidianas, das emoções, das práticas de partilha e do lugar que a comida ocupa na vida social dos consumidores (GASPAR et. al., 2020).

PROPOSTA DO MODELO TEÓRICO

A Figura 1 apresenta, de forma sintética, a articulação entre as principais variáveis teóricas discutidas neste estudo. O modelo possui caráter preliminar e busca facilitar a compreensão das possíveis relações entre os conceitos centrais analisados. Ao organizar visualmente esses elementos, a representação contribui para o desenvolvimento de hipóteses, para o refinamento do modelo conceitual e para o direcionamento de futuras pesquisas empíricas.

Figura 1 – proposta do modelo teórico.



Fonte: elaborado pelos autores (2026).

Destaca-se que o esquema proposto não deve ser compreendido como definitivo ou fechado. Trata-se de uma estrutura inicial, aberta a ajustes e aprimoramentos decorrentes de novos achados empíricos, contribuições de avaliadores e aprofundamentos teóricos posteriores. Assim, a figura funciona como um ponto de partida para a discussão acadêmica, podendo ser aperfeiçoada à medida que o fenômeno investigado seja melhor compreendido.

CONCLUSÃO

O presente estudo buscou analisar, em perspectiva teórica, como os consumidores constroem e negociam o significado da alimentação saudável em meio a influências nutricionais, culturais, sociais, afetivas e mercadológicas. A discussão desenvolvida evidencia que a alimentação saudável não pode ser compreendida de forma restrita, limitada à composição nutricional dos alimentos ou à presença isolada de determinados nutrientes. Ao contrário, trata-se de uma construção complexa, atravessada por sentidos sociais, experiências cotidianas, práticas culturais e discursos de mercado.

Observou-se que o avanço do consumo de alimentos ultraprocessados e a força das estratégias comunicacionais da indústria alimentícia contribuem para a disseminação de percepções simplificadas



sobre o que é saudável, especialmente quando produtos são legitimados por alegações funcionais e nutricionais. Nesse contexto, o nutricionismo fortalece uma leitura fragmentada da alimentação, centrada em nutrientes isolados e desvinculada da integridade do alimento e de seus contextos de consumo.

Ao mesmo tempo, a literatura mostra que a alimentação saudável, na perspectiva do consumidor, também envolve ideias de equilíbrio, naturalidade, prazer, socialização, memória e pertencimento. Comer bem não se resume à escolha de produtos com determinados atributos nutricionais, mas envolve também o preparo dos alimentos, o compartilhamento das refeições, a qualidade das experiências alimentares e as condições concretas do ambiente em que o consumo ocorre.

Assim, conclui-se que promover uma alimentação saudável exige ultrapassar abordagens reducionistas e individualizantes. É necessário fortalecer ações de educação alimentar e nutricional, políticas públicas e estratégias comunicacionais mais transparentes, capazes de valorizar o alimento em sua totalidade e de ampliar a compreensão do consumidor sobre os múltiplos sentidos do comer. Dessa forma, torna-se possível avançar para uma visão mais ampla, crítica e humanizada da alimentação saudável, reconhecendo que ela é, ao mesmo tempo, biológica, social, cultural e simbólica.

REFERÊNCIAS

ÁSSIMOS, Bruno; DUARTE, Kátia; FREITAS, Rodrigo. AS PRÁTICAS DE MARKETING DO MERCADO DE ALIMENTOS ULTRAPROCESSADOS: OS ARRANJOS MATERIAIS E DISCURSIVOS E AS PERCEPÇÕES DOS CONSUMIDORES. **Revista Interdisciplinar de Marketing (RIMAR)**, v. 15, n. 1, 2025.

AZEVEDO, Elaine de. Alimentação, sociedade e cultura: temas contemporâneos. **Sociologias**, v. 19, p. 276-307, 2017.

BORGES, Camila Aparecida et al. Caracterização das barreiras e facilitadores para alimentação adequada e saudável no ambiente alimentar do consumidor. **Cadernos de Saúde Pública**, Rio de Janeiro, v. 37, e00157020, 2021.

CAPPELLINI, Benedetta; PARSONS, Elizabeth. Practising thrift at dinnertime: mealtime leftovers, sacrifice and family membership. **The Sociological Review**, v. 60, n. 2, p. 121-134, 2012.

CONTRERAS, Jesús; ARNAIZ, Mabel Gracia. **Alimentación y cultura: perspectivas antropológicas**. Barcelona: Ariel, 2005.

DE SOUSA, João Eudes Portela; DE SOUSA, Antonia Nilene Portela. Cultura, práticas alimentares e comunicação: a comida como dimensão comunicativa. **Revista de Estudos Universitários-REU**, v. 41, n. 2, 2015.

DUARTE, Paulo; TEIXEIRA, Mariana; COSTA E SILVA, Susana. Healthy eating as a trend: consumers' perceptions towards products with nutrition and health claims. **Revista Brasileira de Gestão de Negócios**, São Paulo, v. 23, n. 3, p. 405-421, 2021.

EPP, A.M.; PRICE, L.L. Family identity: a framework of identity interplay in consumption practices. **Journal of Consumer Research**, Chicago, v. 35, n. 1, pp. 50-70. 2008.

FITZGERALD, M. *Dieta sem dogmas*. 1a ed. São Paulo: Hunter Books, 2016.

GASPAR, Maria Clara de Moraes Prata; GARCIA, Araceli Muñoz; LARREA-KILLINGER, Cristina. How would you define healthy food? Social representations of Brazilian, French and Spanish dietitians and young laywomen. **Appetite**, v. 153, p. 104728, 2020.

KORTHALS, Michiel. Ethics of dietary guidelines: nutrients, processes and meals. **Journal of Agricultural and Environmental Ethics**, v. 30, p. 413-421, 2017.

LANE, Melissa M. et al. Ultra-processed food exposure and adverse health outcomes: umbrella review of epidemiological meta-analyses. **BMJ**, v. 384, e077310, 2024.

LOUZADA, Maria Laura da Costa et al. Impacto do consumo de alimentos ultraprocessados na saúde: evidências da literatura. **Cadernos de Saúde Pública**, Rio de Janeiro, v. 38, supl. 1, e00104122, 2022.

MCCRACKEN, Grant. *Cultura & consumo*. Mauad Editora Ltda, 2003.

MINISTÉRIO DA SAÚDE. *Guia alimentar para a população brasileira* (2 ed.). Brasília: Ministério da Saúde, 2014.

OLIVEIRA, Mayara Sanay da Silva; SANTOS, Ligia Amparo da Silva. Guias alimentares para a população brasileira: uma análise a partir das dimensões culturais e sociais da alimentação. **Ciência & Saúde Coletiva**, Rio de Janeiro, v. 25, n. 7, p. 2519-2528, 2020.

SAUERBRONN, João Felipe Rammelt; TEIXEIRA, Camila dos Santos; LODI, Marluce Dantas de Freitas. Saúde, estética e eficiência: relações entre práticas de consumo de alimentos as mulheres e seus corpos. **Cadernos Ebape. BR**, v. 17, p. 389-402, 2019.



SCRINIS, Gyorgy. **Nutricionismo: a ciência e a política do aconselhamento nutricional.** Editora Elefante, 2021.