

Mercado de grife

# **Avanço da gourmetização elitiza acesso aos alimentos**

Estudo da **Unicamp** aponta que o discurso sobre os produtos gourmet reforça desigualdades sociais. Porém, prática faz mercado crescer em meio à crise econômica. **Páginas 10 e 11**

**Grife.** Para especialista, indústria cria hierarquia para vender alimento tido como melhor por consumidor

# Uso do discurso gourmet reforça desigualdades sociais

Preços mais altos não significam necessariamente qualidade maior

■ LUDMILA PIZARRO

■ A decisão de pagar R\$ 17 ou R\$ 60 pelo quilo do café é do consumidor. O que está por trás dessa escolha foi o que instigou o economista Valter Palmieri Júnior a defender a ideia de que a gourmetização é um reflexo de como classes sociais diferentes relacionam-se com o consumo de alimentos. “A indústria alimentícia se apropria dos discursos alimentares relacionados à saúde, ou ao prazer, e cria uma diferenciação social, porque a classe mais pobre não tem acesso aos chamados ‘produtos gourmet’”, diz. Palmieri apresentou a tese de doutorado “A gourmetização em uma sociedade desigual: notas sobre a diferenciação do consumo de alimentos industrializados no Brasil”, em abril, na **Universidade Estadual de Campinas (Unicamp)**.

Para ele, essa diferenciação se dá pelo preço, que nem sempre representa um produto melhor. Ele adverte que muitas vezes o gourmet é uma estratégia de venda, com pouco investimento no produto. “A qualidade dos produtos alimentícios da indústria brasileira sempre foi baixa, com muito açúcar e gordura. O que a indústria faz é diminuir um pouco esses ingredien-

tes e cobrar muito mais caro. Um investimento de até 10% em um produto permite que o fabricante cobre até o dobro do preço. O investimento, inclusive, pode ser apenas na embalagem”, avalia. Mas o investimento no marketing, segundo ele, costuma ser três vezes maior.

Nas gôndolas, essa diferença é perceptível. O quilo do sal, ambos iodados, sem outra diferença, pode variar até 233% de um “comum” para um “premium”. De acordo com o local da compra, o quilo de farofa pode variar de R\$ 19,66 a R\$ 174. Isso com pouca variação entre ingredientes, mas a segunda vem em um pote de vidro, e a embalagem valoriza pontos como “sem glúten” e “sem lactose”, características comuns a qualquer farofa.

Uma gôndola de supermercado em BH trazia uma curiosa diferença. Salsicha com rótulo gourmet era 320% mais cara do que uma marca comum. A diferença de preço do quilo, de R\$ 6,90 para R\$ 29,90, não era justificada pelos ingredientes estampados nos rótulos, que eram os mesmos.

## Conceito

**Mais caro.** Para Bismarck Esteves, do Sebrae-MG, o gourmet é uma estratégia de venda que investe na diferenciação do produto, pela qualidade, ambiente ou embalagem, mas aumentando o preço.



Pouca diferença. Produtos gourmet em supermercado tinham os mesmos ingredientes que os “normais”

Os consumidores, porém, acreditam que adquirir um produto gourmet é garantia de qualidade. “O produto gourmet tem uma qualidade maior, por isso não me incomoda de pagar um pouco mais”, conta a empresária Ana Carolina Cançado de Andrade, 23. “Quando tem uma alternativa diferenciada, premium, opto por ela pela qualidade superior”, afirma o médico Custódio Aleixo, 65.

## Vale a pena



“Vale a pena pagar mais caro quando o produto é mais saudável. Não adianta só estar escrito na embalagem. Um pão que se diz integral, mas tem farinha branca, não adianta.”

João Pedro Almeida  
ESTUDANTE DE DIREITO

## Mais qualidade



“Produtos gourmet têm uma qualidade melhor, uma preocupação com a conservação do alimento. O preço é um pouco maior, mas é competitivo.”

Custódio Aleixo  
MÉDICO

## Propaganda

# Saúde é usada como pretexto

■ A justificada preocupação com a alimentação e seu impacto na saúde é aproveitada pela indústria para cobrar mais caro por produtos que nem sempre são saudáveis, na avaliação do economista Valter Palmieri Júnior. “As pessoas, com razão, passaram a se preocupar com o que comem. Segundo a Organização Mundial da Saúde, as doenças crônicas, como diabetes e hipertensão, matam 38 milhões de pessoas

no mundo por ano. Porém, a indústria usa o discurso do cuidado com a alimentação e lança linhas fitness, diet, light, que são mais caras, mas nem sempre saudáveis. Um exemplo são os sucos industrializados. A quantidade de açúcar é um pouco menor, mas o preço é muito mais alto”, avalia.

O estudante de direito João Pedro Almeida, 20, procurou um supermercado gourmet para comprar apenas produtos para dieta.

“Procurei a loja com mais opções possíveis”, conta. Ele pondera que observa se o produto realmente atende suas necessidades. “Não adianta na embalagem de um pão estar escrito integral e ter farinha branca na composição”, observa.

Para João, o acesso a produtos saudáveis não é democrático. “Sabemos que quem tem pouco dinheiro acaba consumindo produtos com muito açúcar, carboidratos e frituras”, diz. (LP)

## Comparação com roupas e joias

■ O consumo de alimentos também pode criar preconceitos alimentares, segundo o economista e pesquisador Valter Palmieri Júnior.

“A gourmetização cria produtos que diferenciam a clas-

se média e pode gerar preconceitos. A compra de alguns produtos alimentícios está ligada ao status, um fenômeno que atinja antes outros produtos, como roupas e joias”, explica Palmieri. (LP)

## Outro lado Moradia impacta consumo

■ Para a pesquisadora Ana Clara Duran, da Faculdade de Saúde Pública da USP, a distância de centros comerciais dificulta que moradores de periferias tenham acesso a produtos nutritivos. “Ouve-se muito que as pessoas em regiões mais afastadas da cidade e do país estão aumentando o consumo de comida processada, mas primeiro precisamos analisar a logística de distribuição para esses lugares, como está e se está chegando alimento fresco”, diz.

O preço de hortaliças e frutas também impacta a escolha. Para ela, o problema não passa só pela redução alimentar. (LP)



## Farofa gourmet

**Preço:** R\$ 172, o quilo  
**Ingredientes:** farinha de mandioca, alecrim, azeite, castanha-do-pará, sálvia, salsa, sal e manjeriço.



## Farofa comum

**Preço:** R\$ 19,66, o quilo  
**Ingredientes:** Farinha de mandioca, sal, pimenta, óleo, cebola, alho, orégano e galinha.