



Área temática: Administração de Marketing

**Cultura e Estilos de Vida nos Hábitos Alimentares.
Estudo dos Imigrantes Italianos Residentes no Brasil**

Paulette Siekierski

dessi@inwind.it

Eduardo Eugênio Spers

espers@espm.br

Mateus Canniatti Ponchio

mateus.ponchio@gmail.com

RESUMO

Este artigo se propõe discutir a aplicabilidade da cultura e de estilos de vida nos hábitos alimentares de imigrantes de diferentes gerações e originários de regiões setentrionais e meridionais da Itália. O estudo caracteriza estilos de vida de hábitos alimentares que evoluíram de acordo com a região de origem do imigrante, período histórico em que chegaram ao Brasil e geração a qual ele pertence. O Brasil acolheu um grande número de imigrantes que trouxeram culturas e estilos de vida muito diversificados. A justificativa deste estudo é a contribuição da imigração italiana para o desenvolvimento da sociedade brasileira. Em 2010 a população de ascendência italiana representou quase 15% da população do Brasil. A imigração italiana teve um papel relevante para o desenvolvimento da sociedade brasileira, trazendo uma grande contribuição ao estilo de vida alimentar da população, além de outros fatores que levaram ao crescimento e desenvolvimento cultural, social, político, tecnológico, artístico, esportivo e econômico do país. Estudar estilos de vida nos hábitos alimentares pode ajudar organizações a lançar produtos específicos e segmentados para esse público imigrante e seus descendentes.

Palavras-Chave: Cultura, Estilos de Vida, Hábitos Alimentares, Imigração Italiana, Marketing Internacional.

ABSTRACT

This article discusses the culture, life style and eating habits of immigrants of different generations coming from the north and south regions of Italy. This study characterizes eating habits according to the origin of the immigrants taking into consideration the time period which they arrived in Brazil and the generation that they belonged to. Brazil received a large number of immigrants who promoted diversity and introduced many different life styles all of which had a significant impact on the development of the Brazilian society. In 2010 the population of Italian descent accounted for nearly 15% of the population of Brazil. They made a significant contribution to the eating habits of the population as well as to the development of the local culture including social, political, technological, artistic, sportive and economic aspects. To study life styles and eating habits of a certain group like the Italian immigrants and its descendants in Brazil, can help organizations target specific products to this segments of the population.

Key Words: Culture, Life Styles, Eating Habits, Italian Immigration, International Marketing.



1. INTRODUÇÃO

A Itália é herdeira de uma cultura considerada berço da civilização moderna, com grande influência sobre nações neolatinas. Sua projeção, por isso, estende-se a diversos países, na economia, nas artes, na ciência, na religião. A penetração italiana no Brasil não se cingiu apenas ao campo material, na lavoura da terra, nas plantações em fazendas, na criação de indústrias, mas transcendeu igualmente ao domínio científico, artístico, literário, social e culinário (FEDERAÇÃO, 1976).

A chegada de mais imigrantes ao país incentiva a criação de negócios e, portanto, cria mais empregos. Os economistas alegam ainda que, quanto mais fácil encontrar mão de obra imigrante barata, menor a possibilidade de mandar a mão de obra para um país estrangeiro. Segundo os economistas, o que afasta os empregos de baixo salário e empregos relacionados — os quais incluem gerentes com alta qualificação, técnicos e outros — é a mudança da produção para outro país. A contratação de imigrantes, ainda que com baixos salários, ajuda a manter muitos empregos. De acordo com o estudo, à medida que aumenta o emprego de imigrantes em um determinado setor, diminui o envio de trabalhadores para o exterior e vice-versa. Com isso, os economistas concluíram que os imigrantes podem estar competindo muito mais com os trabalhadores que vão para o exterior do que com outros trabalhadores no país. Imigrantes com baixa qualificação geralmente preenchem vagas do mercado de trabalho, aumentando assim as perspectivas de aumento da economia interna. Ocorre aí, de acordo com os autores, o fenômeno dos “trabalhadores complementares”, aqueles que adicionam valor ao trabalho de outros (OTTAVIANO *et al.*, 2010).

Normalmente não se pensa nas coisas positivas trazidas pelos imigrantes. Em muitos países, trabalhadores perderam seus empregos porque provavelmente foram substituídos por máquinas. Por outro lado, muitos computadores e máquinas contribuem para a criação de mais empregos, fazendo bem à economia.

As imigrações contribuíram para o desenvolvimento do Brasil, segundo o período e as nacionalidades. O maior fluxo migratório se deu entre 1890 e 1940, chegando a mais de 11% no crescimento populacional do país. A mortalidade dos estrangeiros, naquele período, era menor do que os nacionais. A imigração também influenciou no crescimento da população brasileira pela fecundidade das mulheres estrangeiras. A fecundidade mais alta era a das mulheres italianas e a mais baixa das alemãs. Essa influência também resultou diferencialmente de acordo com as áreas de maior concentração de imigrantes de cada nacionalidade. Os portugueses foram os primeiros imigrantes que vieram ao Brasil, estabelecendo um tipo de colonização baseado na economia extrativa e na lavoura canavieira. A tentativa de utilizar a mão de obra nativa não foi fácil por problemas culturais e também falta de população daí a necessidade de mão de obra estrangeira. Em busca de oportunidades, os imigrantes vieram ao Brasil. Em 1988, com a abolição da escravidão, o governo brasileiro incentivou a entrada de imigrantes europeus, uma vez que o Brasil necessitava de mão de obra qualificada para substituir os escravos nas fazendas de café. (LEVY, 1974).

As imigrações tiveram extrema importância na formação da cultura brasileira, com influência trazida de diversos países estrangeiros, tais como a língua portuguesa, a culinária italiana, as técnicas agrícolas alemãs, o ritmo africano, as religiões e culturas de diversos povos, como cristãos, judeus, budistas, muçulmanos, etc., sendo essa uma das maiores riquezas do Brasil, a mistura de povos e de culturas. Atualmente, o Brasil, sendo um dos países do BRIC, continua a atrair imigrantes de países estrangeiros que desejam investir tanto por acreditar no



crescimento do país como porque, em seus países de origem, oportunidades de crescimento de mercado se encontram num ponto de saturação ou então com problemas sociais e econômicos.

No Brasil, em novas condições de vida, foram introduzidos elementos às práticas dos imigrantes italianos, assim como eles imprimiram suas marcas na cultura local. Atualmente, é possível perceber a força da imigração italiana nas culturas regionais. Os imigrantes de origem italiana, junto com os portugueses, foram os que tiveram o maior ingresso no Brasil entre os anos de 1820 até os dias de hoje. Segundo o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), entre 1820 e 1972 mais do que 1,6 milhão de imigrantes italianos ingressaram no Brasil (IMIGRANTES ITALIANOS: ENTRE A ITALIANITA E A BRASILIDADE, 2011). Ao emigrarem, os italianos levavam na bagagem sua cultura e dividiam com o país hospedeiro seus costumes e tradições, cultura, estilos de vida, língua, hábitos alimentares, língua, entre outros. Chegando a seus destinos, tentavam reproduzir seus conhecimentos, dando origem a adaptações e novos significados a antigos hábitos (DE BONI, 1990).

Quadro 1: População brasileira e porcentagem da população de ascendência italiana (2010)

Estado	População Total (milhões hab.)	Ascendência Italiana	
		(milhões hab.)	(porcentagem)
São Paulo	40	13	32,5%
Paraná	9,4	3,7	39,0%
Rio Grande do Sul	10,9	3,2	29,4%
Santa Catarina	5,8	3,0	51,7%
Espírito Santo	3,4	1,7	50,0%
Minas Gerais	20	1,5	7,5%
Rio de Janeiro	14,1	0,6	4,26%
Outros estados	76,4	1,3	1,7%
TOTAL BRASIL	190	28	14,7%

Fontes: Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), 2011; *Anagrafe Degli Italiani Residenti all'Estero* (AIRE) e IMIGRAÇÃO ITALIANA NO BRASIL, 2011.

O objetivo principal deste trabalho é caracterizar os estilos de vida dos hábitos alimentares de imigrantes de diferentes gerações e originários de regiões meridionais e setentrionais da Itália.

A justificativa deste estudo é a contribuição da imigração italiana para o desenvolvimento da sociedade brasileira. Em 2010 a população de ascendência italiana representou quase 15% da população total brasileira. Além de ter influenciado estilos de vida nos hábitos alimentares dos brasileiros, ela também teve um papel muito importante para a história do Brasil, para a economia, para a política social, para a tecnologia, para as artes, para a moda, para o esporte (futebol) etc., além do enraizamento do catolicismo no Brasil, trazendo elementos italianos para a religião brasileira. Empresas que atuam no setor agroalimentar podem lançar produtos específicos para esses segmentos da população, portanto torna-se interessante conhecer a cultura e estilos de vida nos hábitos alimentares dos descendentes de imigrantes italianos que residem no Brasil para atender a suas necessidades gastronômicas. O mercado de produtos alimentares se encontra em constante crescimento, desse modo torna-se mais fácil o desenvolvimento de novos produtos destinados a satisfazer as necessidades desse segmento, além de atender a um eventual consumo nostálgico de sua terra natal.



Na culinária, por exemplo, a influência italiana foi muito presente, transformando os pratos de massas e a pizza em comida popular em quase todo o Brasil. Diversos pratos que foram incorporados à alimentação brasileira, resultando no hábito de comer panettone no Natal e de comer pizza e espaguete frequentemente (principalmente no Sudeste), além da popular polenta.

O sotaque dos brasileiros (principalmente na cidade de São Paulo, na Serra gaúcha, no sul catarinense e no interior do Espírito Santo) e a introdução de novas técnicas agrícolas (Minas Gerais, São Paulo e no Sul) são exemplos dessa influência. A imigração italiana, no Brasil, também serviu de inspiração para várias obras artísticas, televisivas e cinematográficas, como as telenovelas *Terra Nostra*, *Esperança*, *Passione* e o filme *O Quatrilho*, que concorreu ao Oscar de melhor filme estrangeiro.

2. REVISÃO DA LITERATURA

Este capítulo estuda o comportamento de consumo do imigrante italiano e como ele é influenciado pela sua cultura, pelo seu estilo de vida, pela sua origem setentrional ou meridional e pela geração da qual ele faz parte.

2.1 Cultura e Alimentação

Cultura é o complexo que inclui conhecimento, crenças, arte, moral, leis, costumes e outras aptidões e hábitos adquiridos pelo homem como membro da sociedade, portanto correspondem, neste último sentido, às formas de organização de um povo, seus costumes e tradições transmitidas de geração para geração que, a partir de uma vivência e tradição comum, apresentam-se como a identidade desse povo (FEATHERSTON, 1990).

Segundo Paschini (2006, p. 43), a palavra cultura “tem origem na antropologia social e de forma geral traduz, num sentido bastante amplo, as vivências de qualquer grupo humano específico que seja transmitida de geração a geração”. Conforme De Mooji (1998, p. 2), “valores culturais são a raiz do comportamento do consumidor, sendo necessário o entendimento da influência da cultura pelos que pretendem ser bem-sucedidos no mercado global”. O estudo multicultural se propõe a estudar um conjunto de valores, estilos, formas de pensar até interagir uma diversidade de grupos sociais (ORTIZ, 2008).

A cultura nacional é a identidade de um país, de um povo, de uma nação. É o reflexo de sua história, de sua economia, da política social e educacional. Por menor que seja o nível de escolaridade de uma pessoa, ela terá sempre a sua bagagem cultural que a identifica e a diferencia. O comportamento do consumidor internacional, assim como o *Marketing* global, faz parte das culturas nacionais individuais e também coletivas, que geralmente estão diretamente e indiretamente relacionadas. Compreender essa conexão implica viabilizar formas mais adequadas e completas de pesquisar e trabalhar no seio acadêmico e nas empresas a questão da cultura (SOLOMON, 2010).

A diversidade cultural e étnica muitas vezes é vista como uma ameaça para a identidade da nação. Em alguns lugares, o multiculturalismo provoca desprezo e indiferença, como ocorre no Canadá, entre os habitantes de língua francesa e os de língua inglesa (HARZING; NEYER, 2008). Outro exemplo de estudo multicultural é a forma e a prática de como o trabalho é encarado. Na sociedade norte-americana, ele não possui uma conotação negativa, uma vez



que, para a grande maioria dos norte-americanos, é visto como a própria casa, e a casa, como trabalho, em função das tarefas que devem ser realizadas. No entanto, no Brasil, ele é, de forma geral, encarado como um sacrifício.

Esse contexto é importante para que se entendam os hábitos e as necessidades de cada povo. Assim, alimentar-se, por exemplo, numa sociedade ocidental, não significa apenas “comer”, mas também comprar, preparar e consumir dentro e/ou fora de casa, além de lavar louça e panelas (REID *et al.*, 2001). Segundo o estilo de vida, a cultura, o momento na qual a refeição é feita, além da situação na qual se encontra o consumidor, “comer” pode significar um prazer, uma obrigação ou um ato social, mesmo sendo uma necessidade vital.

2.2 Estilos de Vida e Alimentação

Estilos de vida (*lifestyles*), segundo Kotler e Keller (2006), são um dos fatores que influenciam o comportamento do consumidor, podendo ser usados como modelo de segmentação. O estilo de vida de uma pessoa representa o seu padrão de vida que é expresso por meio de suas *atividades, interesses e opiniões*. Ele retrata como a pessoa interage com o seu meio-ambiente. É o padrão de vida de uma pessoa expresso em termos de *atividades, interesses e opiniões*. O estilo de vida representa a “pessoa por inteira” interagindo com o seu ambiente. Cabe ainda a observação de que o uso da expressão “representa a pessoa por inteira” demonstra a importância atribuída por Kotler ao tema.

Tal como visto por Kotler e Keller (2006), Blackwell (2001) define estilos de vida sendo a maneira “como as pessoas gastam o seu tempo e o seu dinheiro”, fórmula a que acrescenta as variáveis sócio-demográficas como parte do construto “estilos de vida”. Sheth *et al.* (1999), apesar da profundidade com que tratam o assunto, assim como Kotler e Keller (2006), além de Blackwell (2001), definem estilo de vida da seguinte maneira: “o modo como as pessoas vivem”. A partir dessas mesmas tendências, segundo Dias (2003), o estilo de vida reflete o que as pessoas pensam e valorizam da vida, seu modo de agir e seu comportamento em geral.

Mowen *et al.* (1998) introduzem a ideia de modo de vida de um grupo de pessoas e não apenas de uma só pessoa. Portanto, nesse mesmo grupo, é possível que valores, gostos, interesses e necessidades possam ser compartilhados: “grupo que compartilha os mesmos gostos e valores” ou “três diferentes níveis de agregação de pessoas”. Tais definições remetem diretamente ao conceito de segmentação de mercado, além de evidenciarem o aspecto social e a influência dos grupos sociais sobre o estilo de vida do indivíduo.

A pesquisa de estilo de vida é de grande importância para o mapeamento das preferências de consumo da sociedade e para posicionar não apenas produtos e serviços específicos em diferentes segmentos, como também para entender comportamentos de consumo, tais como aqueles já existentes e até mesmo desejos e necessidades.

Solomon (2010), reforçando o que foi proposto por Mowen *et al.* (1998), refere-se a estilo de vida como um padrão de consumo que, por sua vez, reflete as escolhas de uma pessoa, *i.e.*, como ela passa seu tempo e gasta seu dinheiro. Do ponto de vista econômico, estilo de vida representa o caminho selecionado para imputar rendimento, tanto em termos de alocação relativa a diferentes produtos e serviços, como para alternativas dentro dessas categorias.

Blackwell *et al.* (2001) traçam a mesma linha do que foi verificado por Wells e Tigert (1971), definindo estilo de vida como um modelo de padrões por meio do qual as pessoas gastam



tempo e dinheiro. Esse modelo reflete *atividades, interesses e opiniões* (AIO) de uma pessoa. As pessoas utilizam modelos para a composição de seus estilos de vida a fim de analisar eventos que ocorrem ao seu redor e para interpretar, conceituar e prever outros eventos, assim como para reconciliar seus valores com tais eventos. *Valores* são relativamente duradouros enquanto *estilos de vida* mudam com maior rapidez.

Os determinantes de estilos de vida são: fatores demográficos, subcultura, classe social, motivos, personalidade, emoções, valores, ciclo de vida do lar, cultura, experiências passadas. Por sua vez, os estilos de vida determinam: atividades, interesses, gostos e desgostos, atitudes, consumo, expectativas, sentimentos. Finalmente, a forma como vivemos determina: compras e consumo — *como, quando, onde, o quê, com quem* (HAWKINS *et al.*, 2007).

2.3 Imigração e Consumo de Alimentos

A integração dos descendentes de imigrantes é uma questão de máxima importância tanto para as populações imigrantes quanto para as sociedades de acolhimento. Essa integração depende principalmente das modalidades de transição para a vida adulta vivida pelos filhos dos imigrantes (MACHADO; MATIAS, 2006). Por exemplo, nessa transição, hábitos alimentares podem mudar, desfazendo a influência do estilo de vida italiano na comida.

De acordo com Machado e Matias (2006), enquanto os imigrantes podem eventualmente regressar aos países de origem, os descendentes, nascidos nas sociedades de acolhimento, tendem a crescer e a viver nestes novos países. Segundo Portes (1999), a segunda geração dos imigrantes é a medida de integração das populações imigrantes.

A relação entre pais imigrantes e filhos nascidos no país de acolhimento é que os pais são representantes da cultura do país de origem, e os filhos, da cultura do novo país. A relação entre esses pais e filhos pode se tornar complexa e frágil, uma vez que os pais podem se sentir culpados da dificuldade de transmitir a cultura local para seus filhos. Por outro lado, os filhos vivem o conflito de dois modelos culturais que é o modelo da cultura de origem e o da nova cultura (DAURE; REVEYRAND-COULON, 2009).

Choron-Baix (2002) havia desenvolvido a mesma linha de pensamento de Daure e Reveyrand-Coulon (2009) quando comentou que, para os imigrantes, as lembranças e as referências frequentes do passado não são unicamente um remédio para a saudade. Elas são também uma maneira de legar para os seus descendentes valores que eles consideram importantes, e que eles gostariam de perpetuar. Na imigração lembrança e transmissão se conjugam juntos.

É fundamental distinguir o conceito de *jovens filhos de imigrantes* de *imigrantes jovens*. Os jovens filhos de imigrantes nasceram ou chegaram crianças ao país de acolhimento dos seus pais, cresceram nesses países, frequentaram ou frequentam escolas locais, têm maiores possibilidades de encontrar empregos do que seus pais, possuem referências culturais de suas famílias de origem e também de suas sociedades de acolhimento, tendo estilos de vida similares aos de jovens nativos desses países. Os imigrantes jovens chegam de seus países de origem à procura de melhores condições de vida, nasceram e cresceram em outros países e, em seus primeiros anos após sua chegada, passam por um período de adaptação, no qual o trabalho ocupa o centro de suas vidas (MACHADO; MATIAS, 2006).



Segundo Mazzuti (2006), existe uma imagem dos italianos setentrionais segundo a qual eles são superiores e mais civilizados do que os italianos meridionais, que são considerados mais grosseiros, atrasados e adequados aos trabalhos braçais. O preconceito contra os meridionais encontrava-se interiorizado nas relações sociais.

Isto se deve às diferenças econômicas entre as regiões do Sul e do Norte da Itália. A unificação italiana foi traumática para o Sul da península, uma vez que a conquista foi feita por meio de militares, além de ter sido inspirada no modelo francês, no qual a monarquia excluía analfabetos do direito de voto e, conseqüentemente, excluiu 80% da população sulina, que, desse modo, não se sentia representada por aquele governo. Isso levou os meridionais a um ressentimento contra o Estado Nacional e contra o todo o território italiano. Foram esses preconceitos contra os meridionais que causaram uma série de problemas econômicos, políticos e sociais entre as regiões Norte e Sul da Itália e que viriam a piorar com o decorrer dos anos.

O Sul continuava agrário e atrasado, enquanto o Norte se encontrava em processo de industrialização. Tanto a região Sul quanto a Norte apresentavam condições favoráveis à emigração, uma vez que em ambas existiam áreas montanhosas. No caso do Norte, com a expansão capitalista, aumento da população e a divisão do trabalho, houve aumento da mão de obra, que não encontrava lugar para trabalhar. No caso do Sul, a concentração de propriedades e aumento dos impostos sobre a terra tornou a vida agrícola mais difícil. Portanto, italianos meridionais e setentrionais iniciaram o processo de emigração em direção à América do Norte e à América do Sul, já que a Itália não conseguia mais absorver a mão de obra excedente.

No Brasil, com a abolição da escravidão, tornou-se difícil para os fazendeiros encontrar mão de obra, por isso a vinda de imigrantes ao Brasil teve como um dos destinos fazendas de café, processo que foi incentivado pelo governo brasileiro. Os italianos consumiam diversos produtos, diferentemente dos negros, e alguns deles possuíam um conhecimento técnico o que ajudou no desenvolvimento agrícola, comercial, industrial e cultural das regiões onde eles foram se instalando, tanto nas cidades como no campo.

Na chegada ao Brasil, os imigrantes italianos se misturaram entre si por meio de casamentos, fato que ocorria raramente na Itália, justamente pelos problemas da Unificação entre os meridionais e setentrionais. Aqui, os italianos do Norte, do Centro e do Sul estavam sujeitos ao casamento entre si, porque viviam nas mesmas fazendas. No início, eles tinham mais dificuldade em aceitar casamentos entre italianos e brasileiros, porque, na cultura italiana, a sogra mandava na casa, além de muitos italianos não aceitarem o casamento misto porque pensavam em retornar à Itália. Aos poucos, essas diferenças foram desaparecendo, e os italianos começaram a assimilar a cultura brasileira, criando laços entre os dois povos.

O Brasil é um país multicultural com grandes fluxos de imigrações ao longo de toda sua história e com um acolhimento exemplar de diversos povos de origens, etnias e religiões diferentes. A grande maioria dos imigrantes dessas culturas diversas se integrou muito bem, por meio de assimilações, casamentos, sociedades de trabalho e uma convivência harmoniosa.



3. METODOLOGIA

O propósito deste estudo é fazer um estudo exploratório com um paradigma positivista a respeito da cultura e do estilo de vida alimentar dos imigrantes italianos residentes no Brasil.

O principal trabalho que inspirou este estudo foi validado a partir do modelo FRL (*Food Related Lifestyle*), que trata de um instrumento transcultural, desenvolvido na Dinamarca pelo MAPP (*Centre for Research on Customer Relations in the Food Sector*) (GRUNERT, 2000). O FRL mede estilos de vida alimentares em relação aos modos de compra, métodos de preparação, aspectos de qualidade, situações de consumo e motivos de compra. O instrumento de estilo de vida relacionado à alimentação mostra como as pessoas relacionam o alimento com valores. Ele foi aplicado e validado em pesquisas com representatividade nacional em diversos países. Foram realizados estudos na Austrália, em Cingapura, na França, na Grã Bretanha e na Dinamarca a respeito do comportamento do consumidor relativo aos produtos alimentares com base em estilos de vida e alimentação (REID *et al.*, 2001); na Espanha e Alemanha (BRUNSO *et al.*, 2004); na Croácia (KESIC *et al.*, 2003); no Taiwan (FANG; LEE, 2009); na República da Irlanda (RYAN *et al.*, 2002; RYAN *et al.*, 2004); na Grã Bretanha (BUCKLEY *et al.*, 2005); e na Coreia do Sul (BAE *et al.*, 2010).

As variáveis sociodemográficas neste estudo foram: origem da família (setentrional, meridional, outra) e geração (filho, neto, bisneto).

As dimensões do FRL estudadas nesta pesquisa foram: aspectos de qualidade (saúde, preço x qualidade, novidade, produtos orgânicos, sabor e frescor) e situações de consumo (lanches x refeições e evento social). Estas duas dimensões do FRL são as que melhor possibilitam responder ao objetivo deste trabalho que é caracterizar os estilos de vida dos hábitos alimentares de imigrantes de diferentes gerações e originários de regiões meridionais e setentrionais da Itália.

O universo da pesquisa e plano amostral foi baseado em entrevistas com amostras de respondentes descendentes de imigrantes italianos que vivem no Brasil, de preferência que possuam ainda familiares e amigos residentes na Itália. Os respondentes fazem parte de três gerações de famílias de imigrantes provenientes do Norte e do Sul da Itália: primeira geração (filhos de imigrantes), segunda geração (netos de imigrantes) e terceira geração (bisnetos de imigrantes).

Segundo Godoi *et al.* (2007), a entrevista padronizada aberta é caracterizada pelo emprego de uma lista de perguntas ordenadas e redigidas por igual para todos os entrevistados, porém de resposta aberta. Este tipo de entrevista se adapta bem a esta pesquisa, uma vez que ela possui objetivos específicos que serão respondidos por meio de um questionário baseado no FRL já validado por meio de outros estudos.

As entrevistas foram focalizadas no questionário preparado com perguntas fechadas, mas que possibilitavam uma discussão a respeito do tema estudado, uma vez que existe um tema de interesse relacionado aos hábitos alimentares predeterminados que orienta a conversação e atua como parâmetro na seleção dos entrevistados (GODOI *et al.*, 2007). Elas buscam responder a questões concretas, tais como fatores que influenciam hábitos alimentares: preferência ou não por produtos naturais, relação preço e qualidade, aceitação de novidades, importância do sabor, alimentos frescos, “beliscar” entre as refeições, frequência de ir a restaurantes etc.



4. RESULTADOS E DISCUSSÃO

De acordo com Oliveira (2006), em meados de 1880, com a chegada em massa dos imigrantes italianos, houve uma interação entre as cozinhas brasileira e italiana, resultando na criação de um novo padrão alimentar.

4.1 Integração e Hábitos Alimentares dos Imigrantes Italianos Residentes no Brasil

Segundo Ottoleva (1992), historiador que estudou os costumes alimentares da Itália desde o final do século XVIII até os dias de hoje, existe uma tendência em atribuir características de tradição e antiguidade aos costumes alimentares que nos acompanham desde a infância. Isso trouxe uma interessante consequência para o que se conhece como culinária italiana no Brasil: apesar de muitos pratos italianos, no final do século XIX e início do século XX terem sido divulgados como tradicionais italianos, eram criações recentes. Na verdade, a massa da população formada principalmente por camponeses dispunha de um padrão alimentar muito simples. Um camponês setentrional comia carne raramente, enquanto um camponês meridional praticamente nunca comia carne. Camponeses do Norte se alimentavam principalmente de milho, por seu menor custo e por saciar mais, enquanto que camponeses do Sul restringiam sua alimentação ao pão negro de cevada. Quando os imigrantes saíram da Itália, em meados de 1870, não conheciam o significado de cozinha regional italiana.

A prática de preparar o macarrão e a pizza com molho de tomate teve origem em Nápoles, no final do século XVIII, quando a cidade cresceu muito e a produção de legumes e verduras foi insuficiente. A farinha de trigo, sendo um produto não perecível no curto prazo e podendo ser estocada, passou a ser o principal ingrediente da cozinha napolitana e, aos poucos, expandiu-se por toda a Itália. Desse modo, diversas cozinhas regionais começaram a se configurar no século XIX tais como o macarrão e a pizza em Nápoles, o risotto em Milão, a polenta e a minestra no Veneto (OTTOLEVA, 1992).

Quando os imigrantes italianos chegaram ao Brasil, no início não encontraram todos os ingredientes que costumavam utilizar na Itália para preparar suas refeições, tais como a farinha de trigo, a cevada, o centeio, o queijo italiano, o azeite, embutidos, além do bom vinho italiano. Como podiam cultivar o milho e o feijão, conseguiram manter alguns hábitos trazidos da Itália, como o consumo da polenta, fubá e linguiça. Cebola e alho, condimentos básicos da cozinha italiana, eram encontrados com grande facilidade, já que também eram condimentos básicos da cozinha brasileira. Quanto ao arroz, consumido principalmente no Norte da Itália sob a forma de risotto ou componente da minestra, era diferente daquele produzido no Brasil. Muitos italianos assimilaram hábitos alimentares da cozinha brasileira por meio, por exemplo, do consumo do arroz brasileiro. O feijão também foi introduzido como hábito alimentar no cardápio das famílias italianas. Mesmo que ele não fosse consumido na Itália, pelo fato de ser um alimento barato e fácil de ser encontrado, foi adotado nos hábitos alimentares dos imigrantes italianos do Brasil.

O convívio de imigrantes italianos do Norte, do Centro e do Sul fez com que determinadas especialidades conhecidas apenas em uma região da Itália, tal como a polenta, pelos nortistas, por exemplo, fosse adotada também por imigrantes de origem sulista sem o abandono de costumes sulistas, tais como o consumo de cebola em conserva, que era adicionada tanto à polenta como ao feijão. Assim, uma família sulista, por exemplo, podia ter uma alimentação composta por ingredientes que provinham de três formações culturais diferentes: a polenta, a cebola e o feijão.



Os italianos que viviam nas cidades tinham maior acesso à diversidade de alimentos do que seus conterrâneos que viviam na campanha. Além de terem um melhor padrão de vida, tinham acesso aos estabelecimentos que comercializavam maior variedade alimentar — até mesmo importados da Itália. Conheciam também as últimas novidades da culinária italiana trazidos pelos recém-chegados imigrantes italianos. Eles aproveitaram essa oportunidade de trocas e muitos deles abriram estabelecimentos com produtos alimentares como, por exemplo, padarias, açougues, mercearias. Justamente foi esta diversificação que levou os imigrantes italianos que viviam no Brasil a conhecer os sabores da cozinha italiana.

No início do século XX, o macarrão começou a ser produzido no Brasil, ainda que de forma artesanal. Para esses imigrantes, a miséria havia sido deixada para trás e, agora, era a vez de “mesas abundantes e com fartura”. Nesse período, foram criados hotéis e pensões, o que colaborou com a interação das cozinhas brasileira e italiana. Existia um domínio, por parte dos cozinheiros desses hotéis e pensões, tanto das cozinhas italianas como das cozinhas brasileiras.

A vinda dos imigrantes italianos ao Brasil fez com que houvesse uma integração entre italianos meridionais e setentrionais, mais difícil na Itália, como também uma integração entre hábitos alimentares italianos e brasileiros. Imigrantes pobres, com uma cultura alimentar bastante simples, quando se estabeleceram nas regiões cafeeiras, adotaram o arroz e feijão como alimento básico da cozinha brasileira. Por outro lado, imigrantes italianos que se estabeleceram nas cidades e que tinham um padrão de vida mais elevado, introduziram pratos da cozinha regional italiana, desconhecidos pela grande maioria dos imigrantes italianos que viviam no campo.

Quadro 2 – Integração dos hábitos alimentares dos imigrantes italianos residentes no Brasil em relação aos aspectos de qualidade e situações de consumo: Cultura e estilos de vida, geração e estilos de vida

	Família A (Origem predominante setentrional)		Família B (Origem predominante setentrional)		Família C (Origem predominante meridional)		Família D (Origem predominante meridional)	
	Aspectos de Qualidade	Situações de Consumo	Aspectos de Qualidade	Situações de Consumo	Aspectos de Qualidade	Situações de Consumo	Aspectos de Qualidade	Situações de Consumo
Filho (a) Primeira geração	++	++	++	++	+	+	+	+
Neto (a) Segunda geração	++	++	++	++	+	+	++	++
Bisneto (a) Terceira geração	+++	+++	+++	+++	+++	+++	+++	+++

Fonte: elaborado pelos autores.

A partir da revisão da literatura e das entrevistas, foram desenvolvidas três propostas referentes às duas regiões da Itália de onde estes imigrantes tiveram origem: Itália meridional e Itália setentrional, e às três gerações de descendentes de imigrantes italianos vindos ao Brasil: filhos (primeira geração), netos (segunda geração) e bisnetos (terceira geração).



Com o intuito de analisar aspectos de qualidade e situações de consumo nos estilos de vida alimentar, relacionados às origens culturais dos imigrantes e às gerações, foram realizadas entrevistas a partir do instrumento de pesquisa FRL. Foram entrevistadas doze pessoas, sendo seis de origem setentrional e seis de origem meridional. Dessas doze pessoas, quatro eram filhos de imigrantes, quatro netos e quatro bisnetos. Muitas dessas pessoas viajam constantemente ao seu país de origem e têm amigos e familiares que vivem na Itália. Três eram casadas com pessoas de origem italiana, três casadas com pessoas de outras origens e duas não revelaram. Esse quadro confere unidade a esse conjunto com uma presença de estilos de vida alimentar inseridos no Brasil.

4.2 Cultura e estilos de vida em relação a hábitos alimentares

PIA: Imigrantes originários de regiões setentrionais são mais inclinados para aspectos de qualidade do que os originários de regiões meridionais.

PIB: Imigrantes originários de regiões setentrionais são mais inclinados para situações de consumo do que os originários de regiões meridionais.

Conforme afirmado pelo entrevistado A, filho de um imigrante originário da região da Calábria, *quando meus pais vieram ao Brasil, não existia alimentos com aditivos, portanto era mais importante comprar alimentos que não custassem muito caro.*

Já o entrevistado B, filho de um imigrante originário da região do Veneto, respondeu a uma das questões sobre novidade nos aspectos de qualidade o seguinte: *para os meus pais receitas bem conhecidas sempre foram as melhores.*

O entrevistado C, neto de um imigrante originário da região da Sicília e filho de pais brasileiros e italianos, disse: *sair para jantar faz parte de meus hábitos alimentares.*

O entrevistado D, filho de imigrantes provenientes da região de Nápoles disse: *no início quando meus avós chegaram ao Brasil, não tinham muito dinheiro, portanto não saiam muito para ir a restaurantes, além disso, minha avó cozinhava muito bem, ela plantava seus próprios tomates no jardim para fazer o molho do macarrão.*

4.3 Geração e estilos de vida em relação a hábitos alimentares

P2: Quanto mais jovens as gerações descendentes de imigrantes, maior a tendência que cultura e estilos de vida alimentar de origem, sejam assimilados com culturas diversas e, portanto, aspectos de qualidade e situações de consumo passam a ter mesma importância, seja setentrional seja meridional a origem do imigrante.

O entrevistado E, neto de imigrantes provenientes do Veneto, comentou: *gosto de comer comidas naturais, mas nem sempre é possível, pois com meu trabalho não tenho muito tempo para cozinhar e muitas vezes compro comidas congeladas.*

Respondendo a mesma questão do entrevistado E, o entrevistado F, neto de imigrantes provenientes de Nápoles, disse: *mesmo trabalhando período integral, na minha casa, não deixo de cozinhar eu mesmo um prato de massa, é bem rapidinho e mais econômico do que ficar comprando comida pronta.*



O entrevistado G, bisneto de imigrantes provenientes da região da Sicília e filho de pais brasileiro e italiano de origem do norte da Itália, disse: *quando tenho fome adoro comer o que encontro na geladeira, desde bolos até salgadinhos.*

O entrevistado H, bisneto de imigrantes originários da região Marche e filho de pais da mesma região, disse: *adoro novidades, hambúrguer e batatinha frita.*

A partir dos resultados das entrevistas, é possível verificar a teoria desenvolvida na revisão da literatura na qual as primeiras gerações dos imigrantes italianos chegados ao Brasil, por terem um menor poder aquisitivo, não valorizavam tanto os aspectos da qualidade e situações de consumo como os imigrantes das segundas e terceiras gerações, para quem a “cozinha refinada e de alta qualidade” passou a ter maior importância.

Quanto às origens dos descendentes dos imigrantes italianos, as regiões setentrionais da Itália, por serem mais ricas, possibilitavam seus habitantes uma maior diversificação de sua cozinha com receitas mais sofisticadas e com maior valor nutricional do que receitas provenientes de regiões meridionais. No entanto, com o passar das gerações, essa diferença entre regiões meridionais e setentrionais tendeu a diminuir. Desse modo é possível verificar que as gerações mais jovens possuem um comportamento em relação à cultura e aos estilos de vida nos hábitos alimentares similares. Isso se deve à assimilação e aos casamentos entre imigrantes italianos originários de diversas regiões, imigrantes italianos com imigrantes de outros países e imigrantes italianos com brasileiros.

Segundo Collaço (2009), a origem setentrional ou meridional do imigrante é um elemento importante, mas não um elemento de unificação, embora inicialmente o nortista ou sulista fosse considerado um imigrante italiano, com uma língua, aparência e comportamento diferenciado em relação à sociedade brasileira. O trabalho é considerado uma referência, delimitando a diferença com outros grupos já instalados.

Entre as gerações mais velhas, ainda persistiam fragmentos regionais e não existia uma imagem coesa. À medida que as gerações seguintes surgiam, esses fragmentos regionais se misturavam entre italianos meridionais e setentrionais por meio de casamentos e também se assimilavam com os hábitos alimentares brasileiros (COLLAÇO, 2009; OLIVEIRA, 2006).

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS E PROPOSTAS PARA ESTUDOS FUTUROS

As cozinhas italiana e brasileira tiveram a oportunidade de efetuar trocas em diversos momentos da história brasileira. Enquanto que na Itália populações de origem meridional mantinham tradições diversas nos hábitos alimentares das populações de origem setentrional, uma vez que esses imigrantes chegaram ao Brasil, esses hábitos se misturaram entre si e entre as tradições e costumes da cozinha local.

Com o passar dos anos avanços econômicos, tecnológicos e das comunicações fez com que hábitos alimentares dos descendentes dos primeiros imigrantes italianos fossem absorvidos pela sociedade local.

As trocas nos hábitos alimentares que se deram entre culturas e gerações são positivas já que elas simbolizam uma evolução e modernização além de permitir que todos tenham acesso a todas as cozinhas regionais. Por outro lado, existe o perigo de que algumas tradições



desapareçam com o passar do tempo. Portanto, todos devem ter acesso aos hábitos alimentares das cozinhas regionais, a partir do momento que elas sejam mantidas para preservar a identidade dos povos.

Uma proposta para estudos futuros é desenvolver estudos quantitativos com hipóteses, a partir das proposições feitas acima. Esses estudos poderiam trabalhar com amostras maiores de respondentes. Outra proposta é realizar o mesmo tipo de pesquisa para descendentes de imigrantes de outros países, comparando estilos de vida alimentar entre culturas diversas e o grau de aculturação entre elas. Pesquisar a respeito das contribuições que as imigrações trouxeram para a sociedade brasileira, tais como a tecnologia, as artes, os esportes, a economia etc., podem ser feitas. O papel da cultura e estilos de vida que os imigrantes trouxeram com a sua vinda ao Brasil é de grande importância para a vida dos brasileiros e para o desenvolvimento do país.

REFERÊNCIAS

- ARMESTO-FERNÁNDEZ, F. **Storia del cibo**. 1 ed. Pearson Italia, Milano, 2010.
- BAE, H. J.; CHAE, M. J.; RYU, K. *Consumer behaviours ready to eat foods based on food related lifestyles in Korea*. **Nutrition Research and Practice**. 4.4. pp. 332 -338, 2010.
- BLACKWELL, R. D.; MINIARD, P. W.; ENGEL, J. F. **Consumer behavior**. Mason, Ohio: South Western, 2001.
- BRUNSO, K.; SCHOLDERER, J.; GRUNERT, K. G. *Testing relationships between values and food-related lifestyle: results from two European countries*. **Appetite**. n. 43, pp. 195 – 205, 2004.
- BUCKLEY, M.; COWAN, C.; MCCARTHY, M.; O’SULLIVAN, C. *The convenience consumer and food-related lifestyles in Great Britain*. **Journal of Food Products Marketing**. vol. 11 (3), 2005.
- CENNI, F. **Italianos no Brasil. “Andiamo in America”**. São Paulo: Martins, 2003.
- CHORON-BAIX, C. *Une mémoire d’exil à l’épreuve du retour*. **Sciences Humaines**. vol. 36, pp. 62 – 5, 2002.
- COLLAÇO, J. H. L. **Sabores e memórias: cozinha italiana e construção identitária em São Paulo**. Tese de doutorado apresentada na Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas do Departamento de Antropologia da Universidade de São Paulo, 2009.
- DE BONI, L. A. **A presença italiana no Brasil. Volume II**. Fondazione Giovanni Agnelli – Torino e Escola Superior de Teologia – Porto Alegre: 1990.
- DE MOOJI, M. **Global marketing and advertising understanding cultural paradoxes**. Thousand Oaks: Sage, 1998.
- DIAS, S. R. (Org). **Gestão de marketing**. Professores da FGV – São Paulo: LTC / Saraiva 2003.



FANG, C. H.; LEE, H. J. *Food-related lifestyle segments in Taiwan: application of the food-related lifestyle instrument*. **American Journal of Applied Sciences**. 6 (12), pp. 2036 – 42, 2009.

FEATHERSTON, M. (Org.). **Cultura global: nacionalismo, globalização e modernidade**. 3. ed. Rio de Janeiro: Vozes, 1990.

FEDERAÇÃO DAS INDÚSTRIAS DO ESTADO DE SÃO PAULO. **Contribuição italiana ao desenvolvimento do Brasil**. São Paulo: 1976.

GRUNERT, K. G. *Current issues in the understanding of consumer food choice*. **MAPP**. The Aarhus School of Business, Denmark, 2000.

HARZING, A. W.; NEYER, A. K., *The impact of culture on interaction: five lessons learned from the European commission*. **European Management Journal**. May, 2008.

HAWKINS, D. I.; MOTHERSBAUGH, D. L.; BEST, R. J. **Comportamento do consumidor: construindo a estratégia de marketing**. 10. ed. Rio de Janeiro: Campus, 2007.

KOTLER, P.; KELLER, K.L. **Administração de marketing**. Tradução de Rosenberg, M.; Freire, C.; Fernandes, B. R. 12. ed. São Paulo: Prentice Hall, 2006.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA - IBGE, 2011. Disponível em: <http://www.ibge.gov.br/home/>. Acesso em: 11 jun. 2011.

IMIGRAÇÃO ITALIANA NO BRASIL, 2011. Disponível em: http://pt.wikipedia.org/wiki/Imigra%C3%A7%C3%A3o_italiana_no_Brasil. Acesso em: 26 mai. 2011.

IMIGRANTES ITALIANOS: ENTRE A ITALIANITA E A BRASILIDADE, 2011. Disponível em <http://www.ibge.gov.br/ibgeteen/povoamento/italianos.html>. Acesso em: 11 jun. 2011.

ISTITUTO ITALIANO DI CULTURA DI SAN PAOLO – I.C.I.B. **Presenza italiana in Brasile. Cenni sulle collettività**. Ambasciata d’Italia, 1999.

IVY, D.; REVEYRAND-COULON, O. *Transmissão cultural entre pais e filhos: uma das chaves do processo de imigração*. **Psicologia Clínica**. vol. 21, n. 2, pp. 415 – 29, 2009.

KESIC, T.; RAJH, S. P.; KESIC, H. *Market segmentation in the Republic of Croatia according to food-related lifestyle*. **Ekonomiski Pregled**. 59 (9 – 10), pp. 503 – 22, 2008.

LANDI, C. D. M.; BASTOS, S. *Alimentação e gastronomia na cidade de São Paulo: A influência da cultura italiana*. **Congresso Internacional de Gastronomia**. SENAC, pp. 23 – 32, São Paulo, 2010.

LEVY, M. S. F. *O papel da migração internacional na evolução da população brasileira (1872 – 1972)*. **Revista de Saúde Pública**. pp. 49 – 90, São Paulo, 1974.



MACHADO, F. L.; MATIAS, A. R. *Jovens descendentes de imigrantes nas sociedades de acolhimento: linhas de identificação sociológica*. **Centro de Investigação e Estudos de Sociologia**. Working paper n. 13, 2006.

MONTANARI, M. **L'identità italiana in cucina**. Roma: Laterza, 2010.

MONTANARI, M. **Il cibo come cultura**. 4 ed. Roma: Laterza, 2010.

MONTANARI, M.; CAPATTI, A. **La cucina italiana**. 3 ed. Roma: Laterza, 2008.

MOWEN, J. C.; MINOR, M. **Consumer behavior**. , New Jersey: Upper Saddle River, 1998.

OLIVEIRA, F. A. M. D. *Padrões alimentares em mudança: a cozinha italiana no interior paulista*. **Revista Brasileira de História**. vol. 26, n. 51, São Paulo, 2006.

OTTAVIANO, G.; PERI, G.; WRIGHT, G. *Immigration, Offshoring and American Jobs*. **Universidade de Bocconi e Universidade da Califórnia Campus Davis**. Jul., 2010.

OTTOLEVA, P. *La tradizione e l'abondanza. Riflessione sulla cucina degli italiani d'America*. **Altre Italia Edizioni della Fondazione Giovanni Agnelli**. n. 7, gen. – giu., 1992.

ORTIZ, R. **Mundialização e cultura**. 2 ed. São Paulo: Brasiliense, 2008.

PASCHINI, S. **Estratégia: alinhando cultura organizacional e estratégia de recursos humanos à estratégia de negócio – a contribuição efetiva de recursos humanos para a competitividade do negócio**. Rio de Janeiro: Quality Mark, 2006.

PORTES, A. **Migrações internacionais. Origens, tipos e modos de incorporação**. Oeiras: Celta, 1999.

REID, M.; LI, E.; BRUWER, J.; GRUNERT, K. *Food-related lifestyles in a cross-cultural context: comparing Australia with Singapore, Britain, France and Denmark*. **Journal of Food Products Marketing**. vol. 7(4), pp. 57 – 75, 2001.

RYAN, I.; COWAN, C.; MCCARTHY, M.; O'SULLIVAN, C. *Food-related lifestyle segments in Ireland with a convenience orientation*. **Journal of International Food & Agribusiness Marketing**. vol. 14 (4), pp. 29 – 47, 2002.

RYAN, I.; COWAN, C.; MCCARTHY, M.; O'SULLIVAN, C. *Segmenting Irish food consumers using the food-related lifestyle instrument*. **Journal of International Food & Agribusiness Marketing**. vol. 16 (1), pp. 89 – 114, 2004.

SHETH, J. N.; MITTAL, B.; NEWMAN, B. I. **Customer behavior. Consumer behavior and beyond**. Fort Worth, TX, The Dryden Press. Harcourt Brace College Publishers, 1999.

SOLOMON, M. R. **O comportamento do consumidor**. Tradução de Ribeiro, L. B. 9. ed. Porto Alegre: Bookman, 2010.

TRENTO, A. **Do outro lado do atlântico. Um século de imigração italiana no Brasil**. Istituto Italiano di Cultura di San Paolo. São Paulo: Editora Nobel, 1989.



WELLS, W. D.; TIGERT, D. J. *Activities, interests and opinions*. **Journal of Advertising Research**. p. 27 – 35, Aug., 1971.