

Entre percepções e memórias: uma análise exploratória da circulação e consumo de açaí e tapioca em Portugal

Between perceptions and memories: an exploratory analysis of the circulation and consumption of açaí and tapioca in Portugal

Entre percepciones e memórias: un análisis exploratorio de la circulación y el consumo de açaí y tapioca en Portugal

DOI: <https://doi.org/10.70051/mangt.v4i2.63392>

Juliana Ardenghi | nutricionistavidar@gmail.com

<https://orcid.org/0000-0001-8669-0038>

Universidade de Lisboa (ULisboa), Lisboa, Portugal

Rui Moutinho Sá | ruimoutinhosa@gmail.com

<https://orcid.org/0000-0001-6407-4541>

Universidade de Lisboa (ULisboa), Lisboa, Portugal

Recebimento do artigo: 23-março-2024

Aceite: 23-dezembro-2024

SÁ, R. M.; ARDENGHI, J. Entre percepções e memórias: uma análise exploratória da circulação e consumo de açaí e tapioca em Portugal. **Revista Mangút: Conexões Gastronômicas**. ISSN 2763-9029. Rio de Janeiro, v. 4, n.2, p. 14-30, dez. 2024.



RESUMO

As grandes navegações fomentaram a circulação de ingredientes. O presente trabalho pretendeu investigar a motivação dos consumidores de açaí e tapioca na região metropolitana de Lisboa. Recorrendo ao método exploratório através de deambulações urbanas e observações etnográficas, os consumidores destes alimentos foram identificados e selecionados para a pesquisa. Quando os colonizadores portugueses chegaram ao Brasil esses alimentos estavam já incorporados na cultura alimentar tradicional dos povos indígenas do Brasil. Sua popularidade no mercado internacional vem crescendo, obrigando a uma análise sobre essa circulação transnacional. Os resultados sugerem que estes alimentos são consumidos principalmente por imigrantes brasileiros, mas também por cidadãos portugueses e de outras nacionalidades devido a um conjunto de fatores relacionados com: (1) uma alteração de hábitos alimentares que tende a privilegiar uma alimentação mais saudável; (2) dietas; ou (3) à sustentabilidade alimentar. Este trabalho aborda algumas reflexões sobre os consumidores de tapioca e açaí em Portugal, estabelecendo as bases para um debate mais amplo sobre a circulação desses dois alimentos.

Palavras-chaves: Gastronomia; Alimentos tradicionais indígenas; Circulação; Transnacionalismo; Sustentabilidade; Antropologia da Alimentação.

ABSTRACT

The great navigations encouraged the circulation of ingredients. The present work aimed to investigate the motivation of açaí and tapioca consumers in the metropolitan region of Lisbon. Using the exploratory method through urban wanderings and ethnographic observations, consumers of these foods were identified and selected for the research. When Portuguese colonizers arrived in Brazil, they were traditional foods from the food culture of Brazil's indigenous peoples. Its popularity in the international market has been growing, requiring an analysis of this transnational circulation. The results suggest that these foods are consumed mainly by Brazilian immigrants but also by Portuguese citizens and other nationalities due to a set of factors related to (1) a change in eating habits that tends to favor healthier eating, (2) diets, or (3) food sustainability. This work addresses some reflections on consumers of tapioca and açaí in Portugal, establishing the basis for a broader debate on the circulation of these two foods.

Keywords: Gastronomy; Traditional indigenous foods; Circulation; Transnationalism; Sustainability; Anthropology of Food.

RESUMEN

Las grandes navegaciones fomentaron la circulación de ingredientes. El presente trabajo tuvo como objetivo investigar la motivación de los consumidores de açaí y tapioca en la región metropolitana de Lisboa. Utilizando el método exploratorio a través de recorridos urbanos y observaciones etnográficas, se identificaron y seleccionaron consumidores de estos alimentos para la investigación. Cuando los colonizadores portugueses llegaron a Brasil, encontraron alimentos tradicionales de la cultura alimentaria de los pueblos indígenas de Brasil. Su

popularidad en el mercado internacional ha ido creciendo, lo que exige un análisis de esta circulación transnacional. Los resultados sugieren que estos alimentos son consumidos principalmente por inmigrantes brasileños pero también por ciudadanos portugueses y de otras nacionalidades debido a un conjunto de factores relacionados con (1) un cambio en los hábitos alimentarios que tiende a favorecer una alimentación más saludable, (2) dietas, o (3) sostenibilidad alimentaria. Este trabajo aborda algunas reflexiones sobre los consumidores de tapioca y açai en Portugal, sentando las bases para un debate más amplio sobre la circulación de estos dos alimentos.

Palabras claves: Gastronomía; Alimentos tradicionales indígenas; Circulación; Transnacionalismo; Sostenibilidad; Antropología de los Alimentos.

INTRODUÇÃO

Desde a agrogênese neolítica (10.000 a 4.000 a.C.) (Sá, 2001) até a atualidade, diversos alimentos se deslocaram globalmente, seja devido às migrações humanas ou à disseminação tecnológica que incluiu o desenvolvimento de conservantes alimentares, novas técnicas de processamento alimentar, além do enriquecimento de alimentos com vitaminas e minerais (Nonini, 2019). Durante a época colonial do Brasil, iniciada por volta do ano de 1500 com a chegada dos portugueses, a troca de alimentos entre essas duas nações se intensificou (Nunes, Souza, Fanaro, 2019). Durante o período de expansão marítima da Europa entre os séculos XV e XVII, os portugueses, ao chegarem ao Brasil, depararam com os indígenas, que possuíam tradições e culturas distintas (Almeida e Correia, 2020). Os colonizadores trouxeram para a Europa alimentos tradicionais produzidos e consumidos em suas colônias, gerando assim novas gastronomias (Nunes, Souza, Fanaro, 2019). Simultaneamente e de maneira reversa, também foram transportados para as colônias produtos alimentares oriundos dos territórios europeus ou por eles dominados (Almeida e Correia, 2020). Os colonizadores portugueses apreciaram os alimentos dos povos nativos com grande resistência, sendo que essa dificuldade com os alimentos regionais era decorrente de aspectos culturais que eles simbolizavam. Frequentemente empregados em cerimônias pelos povos originários, causavam receio aos estrangeiros, já que a religião dos colonizadores era a católica, que condenava as práticas dos indígenas (Nunes, Souza, Fanaro, 2019).

Os alimentos açai e tapioca têm circulado entre Brasil e Portugal desde esse período da expansão marítima (Picanço, 2017; Monteiro *et al.*, 2018). Tanto o açai quanto a tapioca são característicos da gastronomia das populações indígenas do Brasil. A tapioca é produzida a partir do amido da mandioca (Picanço, 2017). Em contrapartida, o açai (*Euterpe* spp.) é proveniente de uma palmeira predominante na região amazônica (Cedrim, Barros, Nascimento, 2018). A mandioca (*Manihot esculenta*) é uma das principais culturas do Brasil, sendo que a maior parte da sua produção é destinada à fabricação de farinha de mandioca, utilizando 70% do volume produzido como amido ou farinha (Picanço, 2017; Monteiro *et al.*, 2018). Estudos descrevem que a mandioca teria sua origem mais remota no oeste do Brasil (sudeste da Amazônia) e que, antes da chegada dos europeus à América, já estaria

disseminada como cultivo alimentar até à Mesoamérica (i.e. Guatemala e México) (Picanço, 2017).

De acordo com Apolinário (2019), a mandioca já foi chamada de “pão dos trópicos”, devido à grande importância que desempenhou no cenário alimentar colonial nos territórios americanos, fazendo parte dos hábitos alimentares indígenas muito antes da chegada dos colonizadores europeus, que passaram a incorporá-la em sua dieta alimentar como forma de subsistência no Novo Mundo.

Tal como a tapioca, o açaí é um alimento que tem circulado entre Brasil e Portugal (Picanço, 2017; Monteiro *et al.*, 2018). É um fruto utilizado pelos povos originários brasileiros bem antes da chegada dos colonizadores. O açaizeiro ou palmeira-açaí é a planta responsável pela produção do açaí, nativa da região amazônica, que abrange, além do Brasil, os seguintes países: Venezuela, Colômbia, Equador, Guianas e Peru. O Brasil é o maior produtor mundial de açaí, sendo que cerca de 90% da produção se encontra no estado do Pará (Picanço, 2017; Monteiro *et al.*, 2018). O fruto do açaizeiro possui propriedades antioxidantes essenciais para a saúde. É rico em polifenóis com alto poder antioxidante, principalmente da classe das antocianinas, e utilizado na prevenção de doenças relacionadas à síndrome metabólica (Cedrim, Barros, Nascimento, 2018).

O mercado externo vem investindo na sua importação para utilização tanto na indústria alimentícia quanto na farmacêutica, devido às suas propriedades nutricionais (Nogueira, Santana, Garcia, 2013; Cedrim, Barros, Nascimento, 2018).

Este trabalho se fundamenta teoricamente no que pode ser designado por Antropologia da Alimentação (Black, 2008; Edwards, Gerritsen, Wasser, 2021), um campo da antropologia que tem se concentrado no simbolismo dos alimentos (i.e., alimentos associados ao sagrado, à religião, à cultura e aos mitos), na alimentação e nos processos de interação social (i.e., hábitos alimentares associados a dietas, estratos sociais e grupos étnicos) e na relação entre alimentação e saúde física (i.e., dietas específicas, engenharia nutricional e alimentos geneticamente modificados) (Katz, 2016). Neste sentido, o objetivo principal deste trabalho foi explorar o que motiva os consumidores a consumir o açaí e a tapioca na cidade de Lisboa e na sua região metropolitana. Tentou-se, assim, responder às seguintes perguntas de investigação antropológica: quem são os consumidores de açaí e tapioca na região metropolitana de Lisboa e quais as suas percepções e motivações? Depois desta problemática introdutória, o artigo está organizado em torno de um referencial teórico que se apresenta na próxima seção, seguido de algumas considerações metodológicas, resultados e discussão e, por fim, algumas considerações finais.

REFERENCIAL TEÓRICO

A incorporação de alimentos e hábitos alimentares e culturais estabelece formas de socialização (Kong e Sinha, 2015). Durante o período de colonização do Brasil, a troca de produtos alimentares parece ter desempenhado um papel crucial na interação entre os dois povos: o português e o indígena (Nunes, Souza, Fanaro, 2019). Na atualidade, a circulação ou integração de alimentos de diferentes culturas está conectada com fatores como: imigração, cultura, saúde, marketing, hábitos alimentares, e também com alimentos confortáveis,

conhecidos como *comfort foods* na língua inglesa, afetando assim a dinâmica da circulação de alimentos ao redor do mundo (Kong e Sinha, 2015). Estes elementos estão constantemente interligados— os imigrantes, além de levarem sua cultura alimentar para o novo país, precisam se adaptar à alimentação local. Nesse contexto, o alimento surge como um importante elo dessa conexão social (Truninger *et al.*, 2022).

Os processos migratórios são, assim, um fator importante que estimula essas trocas alimentares, sendo o século XXI caracterizado por grandes deslocamentos, conflitos, globalização, questões sociais, políticas ou econômicas que, conseqüentemente, provocaram movimentos migratórios, afetando a cultura gastronômica dos países (Truninger *et al.*, 2022). Devido à imigração, a cultura alimentar se destaca como um dos principais componentes culturais nessa dinâmica. De acordo com Fournier, Poulain, Jacob (2019), indivíduos transitam pela sociedade e carregam consigo hábitos alimentares, sendo a sua alimentação um componente cultural considerado essencial para a preservação da identidade de uma pessoa. Os hábitos alimentares são, portanto, construídos através de fatores sociais e culturais nos quais intervêm diversas variáveis (i.e., socioeconômicas, escolaridade, crenças culinárias, costumes familiares, aspectos religiosos, filosóficos e psicológicos, orientações de profissionais da saúde e marketing) (Kong e Sinha, 2015; Truninger *et al.*, 2022).

Além desses fatores, os alimentos reconfortantes ou *comfort foods* também estão relacionados às escolhas alimentares. Esses alimentos despertam sentimentos nostálgicos, podendo ser específicos para um indivíduo ou influenciar uma cultura inteira (Vignolles e Pichon, 2014).

O marketing é outro elemento que influencia a dinâmica da circulação alimentar. Atualmente, as pessoas estão mais interessadas em adquirir conhecimento e informação sobre a origem, processo e composição dos alimentos (Siloto, Leal, Schottz, 2021; Truninger *et al.*, 2022). Os produtores e vendedores de alimentos, bem como os profissionais da saúde, investem em informar seus clientes, principalmente nas mídias digitais, sobre a composição, a origem, a produção e os benefícios relacionados à saúde de produtos alimentícios (Andrade-Passos *et al.*, 2022). Neste sentido, a imigração, a cultura, o marketing, a saúde, os alimentos confortáveis e os hábitos alimentares estão intrinsecamente ligados à movimentação ou circulação de alimentos, afetando diretamente a decisão dos consumidores (Kong e Sinha, 2015; Truninger *et al.*, 2022).

O açaí e a tapioca são exemplos de alimentos que têm transitado entre Brasil e Portugal (Monteiro *et al.*, 2018), enquadrando-se nas dinâmicas anteriormente mencionadas e serão por isso considerados estudo de caso neste artigo.

METODOLOGIA

Para investigar as motivações dos consumidores de açaí e tapioca em Lisboa e sua região metropolitana, foi conduzida uma pesquisa exploratória qualitativa que possibilitou a compreensão de diversos aspectos da realidade, facilitando a análise e o entendimento da dinâmica interna de alguns processos e atividades relacionados com o consumo de açaí e tapioca.

O estudo exploratório ocorreu através de deambulações urbanas (Malla, Kholina, Jantti, 2018) e observações etnográficas iniciais em alguns bairros da cidade de Lisboa (i.e. Arroios, Penha de França, Santa Maria Maior e Santo António) e sua região metropolitana (i.e., concelhos de Cascais e Oeiras), que permitiram a identificação da dinâmica urbana, elementos da sua história, habitantes, traços culturais, arquitetura dominante, entre outros pontos de interesse, além de oferecer uma maneira de interagir com a cidade. Neste processo, foram identificados alguns locais para comercialização e consumo de açaí e tapioca.

Após a fase exploratória, estabeleceu-se um diário de campo onde foram efetuados registros descritivos e reflexivos que ajudaram nas próximas etapas do estudo. Para as anotações de campo, utilizou-se um bloco de notas físico para registros rápidos, além de autografações de áudio realizadas através do celular que foram posteriormente transcritas para o diário de campo. Essas anotações auditivas no diário de campo foram cruciais para a descrição das cenas, locais e sujeitos da pesquisa.

Após a identificação dos pontos de venda de açaí e tapioca, foi realizado trabalho de campo durante o período de novembro de 2022 a março de 2023 com visitas regulares a esses locais.

Os consumidores de açaí e tapioca foram selecionados para participação na pesquisa por conveniência nesses locais de venda e consumo, tais como cafeterias, supermercados e restaurantes, tendo sido identificados durante o decorrer do trabalho de campo através de diálogos informais.

Após a seleção prévia dos participantes, foram realizadas entrevistas semiestruturadas com perguntas abertas. Com o intuito de tornar a entrevista mais flexível, um roteiro prévio foi elaborado. Os participantes ficaram livres para responder às perguntas colocadas. Esse roteiro estava constituído por perguntas com dados gerais referentes aos participantes, como idade, sexo, nacionalidade, profissão, escolaridade e tempo de residência em Portugal, se aplicável, e por um conjunto de questões abertas relacionadas ao consumo de alimentos e hábitos alimentares, para assim chegar ao objetivo da pesquisa, e identificar a motivação dos consumidores dos produtos em estudo.

O agendamento das entrevistas foi precedido de um contato prévio com os participantes que aceitaram colaborar na pesquisa. As entrevistas foram realizadas presencialmente ou online (via Zoom), no período de janeiro de 2023 a março de 2023 e tiveram uma duração média de 55 minutos, totalizando 1.160 minutos, sendo realizadas em português ou inglês. Três entrevistas foram realizadas via Zoom e dezoito de modo presencial. As entrevistas foram igualmente gravadas, mediante autorização explícita do entrevistado por meio de termo de consentimento livre e esclarecido obtido oralmente. A identidade dos participantes foi omitida, tendo estes sido informados de que a finalidade do trabalho seria de interesse apenas para pesquisa científica, sem quaisquer fins comerciais.

Foram consideradas e incluídas 21 entrevistas em profundidade (N=21), envolvendo quinze mulheres e seis homens com idades que variam dos 17 a 57 anos. Os participantes pertenciam a cinco nacionalidades diferentes: onze brasileiros, nove portugueses, um alemão, um uruguaio e dois angolanos.

As entrevistas foram manualmente transcritas a partir das gravações de áudio autorizadas, seguidas de uma análise de conteúdo temática (Chrzan e Brett, 2017). As informações foram analisadas por meio de três categorias principais decorrentes dos resultados obtidos: (1) percepções e memória; (2) dietas e (3) futuro e sustentabilidade. No Quadro 1, é feita uma descrição dos entrevistados.

Quadro 1. Caracterização sociocultural dos participantes.

Entrevistados	Data da Entrevista	Nacionalidade	Idade	Gênero	Profissão	Tempo que reside em Portugal	Escolaridade
Entrevistado 1	18/01/2023	Brasileira	17	F	Estudante	3 anos	-
Entrevistado 2	18/01/2023	Brasileira	57	F	Aposentada	5 anos	Superior
Entrevistado 3	19/01/2023	Português	54	M	Empresário	-	Técnico
Entrevistado 4	19/01/2023	Português	49	M	Empresário	-	Técnico
Entrevistado 5	25/01/2023	Portuguesa	54	F	Eng. de alimentos	-	Mestrado
Entrevistado 6	26/01/2023	Brasileira	25	F	Esteticista	2 anos	Ensino médio
Entrevistado 7	26/01/2023	Brasileira	25	F	Esteticista	5 anos	Ensino médio
Entrevistado 8	26/01/2023	Portuguesa	32	F	Educadora física	-	Superior
Entrevistado 9	26/01/2023	Uruguaia	30	F	Personal trainer	4 anos	Técnico
Entrevistado 10	27/01/2023	Angolana	57	F	Doméstica	10 anos	Primário
Entrevistado 11	27/01/2023	Angolana	65	F	Auxiliar de limpeza	55 anos	Primário
Entrevistado 12	28/01/2023	Brasileira	57	F	Cabeleireira	7 anos	Ensino médio
Entrevistado 13	28/01/2023	Brasileira	51	F	Cabeleireira	4 anos	Ensino médio
Entrevistado 14	28/01/2023	Alemã	34	F	Design de interiores	8 anos	Técnico
Entrevistado 15	07/02/2023	Brasileiro	32	M	Eletricista	4 anos	Ensino médio
Entrevistado 16	07/02/2023	Brasileira	26	F	Garçonete	9 anos	Ensino médio
Entrevistado 17	07/02/2023	Brasileira	30	F	Manicure	4 anos	Ensino médio
Entrevistado 18	08/02/2023	Brasileira	31	F	Administradora de empresas	1 ano	Superior
Entrevistado 19	08/02/2023	Portuguesa	30	F	Médica veterinária	-	Mestrado
Entrevistado 20	08/02/2023	Brasileira	36	F	Design	6 meses	Superior
Entrevistado 21	19/03/2023	Português	17	M	Estudante	-	-

Fonte: Dados da Pesquisa.

RESULTADOS E DISCUSSÃO

Quem percorre atualmente os bairros de Lisboa, nas ruas repletas de turistas ou em áreas mais reservadas dos bairros residenciais, nos restaurantes com esplanadas, nos quiosques de jardins, nos shoppings, em áreas de *street food* e até mesmo no metrô, não consegue ficar indiferente ao constante apelo para o consumo de açaí e tapioca. Nas grandes redes de supermercados portugueses, os dois itens estão presentes em três corredores: nos alimentos típicos do Brasil, nos alimentos isentos de glúten e lactose e nos alimentos considerados saudáveis (Picanço, 2017).

Vários são os restaurantes, cafeterias, mercados típicos brasileiros e hipermercados portugueses que passaram a incluir esses alimentos brasileiros. No passado, muitos alimentos do Brasil eram considerados temperos ou servidos em alguns restaurantes típicos brasileiros. Já nos dias de hoje, diversos estão incorporados na cultura culinária, e tanto a tapioca quanto o açaí são exemplos do encontro da cultura alimentar entre Brasil e Portugal (Dietler, 2007).

A partir das entrevistas realizadas com os consumidores dos produtos em estudo, a motivação pela escolha em consumir estes dois alimentos foi analisada através de algumas narrativas que serão apresentadas e discutidas nas seções seguintes. Na figura 1, partilha-se uma nuvem de palavras com as citações mais frequentes que emergiram a partir das narrativas dos entrevistados relativamente ao consumo de açaí e tapioca em Lisboa, revelando alguns aspectos que serão discutidos de forma mais pormenorizada como: “saudades”, “conforto”, “natural”.

Figura 1. Nuvem de palavras emergente a partir das narrativas recolhidas.



Fonte: Dados da Pesquisa.

Quem consome açaí e tapioca em Lisboa? Intersecções entre novas dinâmicas alimentares

Percepções e memórias

A forma como cada indivíduo percebe um alimento afeta a sua interação com ele, ativando lembranças emocionais. A escolha de consumir alimentos está fortemente ligada à percepção e memória, sendo moldada por várias características. Incluem-se, entre esses exemplos, fatores sensoriais que interagem com elementos psicológicos, comportamentais e cognitivos (Canesqui e Garcia, 2005). Especialistas têm investigado como a percepção dos consumidores influencia a escolha alimentar e a conexão com a cultura alimentar. Isso significa que a relação de concordância com o consumo, o grau de conhecimento sobre o produto e o processo de produção, além do país de origem do alimento, influenciam essa percepção (Boscardin *et al.*, 2023). Três narrativas sobre a percepção e memória por parte de imigrantes do Brasil em Portugal são apresentadas:

O açaí é típico do Brasil, o pão de queijo também. Tapioca, nem tanto porque não é tão diferente do que existe no Brasil. Aqui em Portugal consumo, pois já fazia parte da minha cultura (Entrevistada 12).

Eu consumo bem tapioca, sempre consumi, no Brasil e aqui também. Um café da manhã rápido e fácil. Açai uma vez por mês. Tenho dificuldade com a comida portuguesa, prefiro a brasileira, ainda bem que é fácil encontrar aqui (Entrevistada 7).

Aqui em Portugal, como mais tapioca, o açai é muito caro. Imagina, desde pequena eu convivi com esses alimentos: açai e tapioca. Minha avó sempre fazia tapioca para os netos. O açai se vende muito em Rondônia, sendo o mais natural possível (Entrevistada 15).

Através destes três registros, denota-se a percepção e memória entre os brasileiros que vivem em Portugal. Encontram no açai e na tapioca lembranças da terra natal. As narrativas alinham-se com a motivação de consumo pela percepção e memória do alimento. A entrevistada 15, que nasceu na região Norte do Brasil, local com maior produção e consumo de açai (Picanço, 2017), relata que prefere o açai fresco, sem os ingredientes adicionados pela indústria, como o xarope de guaraná. O hábito em consumir o açai dessa forma praticamente só acontece na região Norte do Brasil.

Antes de analisar os aspectos da alimentação, é fundamental verificar como o indivíduo humano percebe o mundo ao seu redor (Boscardin *et al.*, 2023). Por outro lado, alguns dos participantes europeus desconheciam a origem dos alimentos estudados. Outros sabem que eram do Brasil, mas desconheciam a região de origem dos produtos, bem como a herança dos povos originários e o fato de que a tapioca é proveniente da mandioca. Abaixo, três respostas de consumidores portugueses:

Novidade, curiosidade, não faz parte da nossa cultura. Sei que é do Brasil, mas não consumo (Entrevistado 4).

Não sei de que região são e a sua origem (Entrevistada 19).

Exótico e ligado a uma alimentação saudável. Não sei de que região nem a história da tapioca e do açai (Entrevistada 5).

As narrativas acima demonstram que, mesmo consumindo os alimentos estudados, alguns consumidores desconhecem as suas origens regionais ou a sua herança histórica (Dietler, 2007).

Eu substituí o pão por ela (tapioca), e o açai também é saudável, embora o daqui tenha muito mais mistura que o do Brasil (Entrevistada 13).

Os participantes, além de relacionarem a tapioca a alimentos saudáveis, ligados à saúde e ao bem-estar, também afirmam que esses alimentos fornecem energia ao organismo, podem ser um substituto do pão, proporcionam frescura e o sabor é agradável. Outra entrevistada de nacionalidade portuguesa, educadora física inicialmente muito apreensiva, pensando que não saberia responder, ficou animada ao perceber que se tratava de dois alimentos que conhecia bem, sentindo-se posteriormente bastante confortável com o assunto.

Tapioca, no café da manhã, para me dar energia, substituo o pão. A quantidade que eu consumo de tapioca sempre é menor que a de pão. É isso, é isso que eu acho. Eu consumo o açai fora de casa, me refresca e me dá energia. Consumo por recomendação de uma amiga brasileira e também já vi no Instagram (Entrevistada 8).

Esses discursos sugerem que os consumidores estão preocupados com a saúde, sendo uma das motivações nas escolhas alimentares. Demonstram que a preocupação e a busca por

informações sobre alimentação saudável impulsionam o mercado voltado para a saúde, que está em franco crescimento (Missagia, Oliveira, Rezende, 2017). Estudos mostram que a tapioca, por ser da categoria dos carboidratos, pode substituir o pão tanto para quem gosta de variar a alimentação quanto para pessoas com problemas de saúde como doença celíaca, alergias ao glúten e à lactose ou distúrbios intestinais, pois este alimento não possui glúten e lactose em sua composição (Astina *et al.*, 2022). A tapioca também pode ser consumida como fonte de carboidrato por pessoas diabéticas (Yang *et al.*, 2023).

O açaí é um alimento hoje consumido mundialmente por questões relacionadas à saúde, por seu valor nutricional e poder antioxidante (Cedrim; Barros; Nascimento; 2018). Devido à sua composição nutricional em termos de energia, é historicamente apreciado pelos povos indígenas e pela população da região Norte do Brasil, maior produtora desse alimento (Nunes; Souza; Fanaro, 2019; Picanço, 2017).

Já as respostas sobre o açaí ser um alimento saudável vão ao encontro de estudos que demonstram que o alimento é extremamente rico em compostos fenólicos que possuem atividade antioxidante e anti-inflamatória (Cedrim, Barros, Nascimento, 2018). Dentre esses compostos, predominam as antocianinas, responsáveis pela coloração escura do fruto (Nogueira, Santana, Garcia, 2013). Devido à abundância dessas substâncias, pesquisas científicas têm associado o consumo do açaí à prevenção de câncer, doenças cardiovasculares, processos alérgicos, doenças neurodegenerativas e aumento da longevidade (Cedrim, Barros, Nascimento, 2018; Rocha, Souto, Da Silva, 2020). Em um estudo, dez adultos com sobrepeso consumiram açaí diariamente durante um mês e obtiveram níveis reduzidos de insulina e glicemia de jejum, glicemia pós-prandial e colesterol LDL (Nogueira, Santana, Garcia, 2013; Borba, 2019). O açaí induz melhorias significativas na função vascular em indivíduos com excesso de peso e pode, assim, reduzir o risco de um evento cardiovascular (Cedrim, Barros, Nascimento, 2018; Rocha, Souto, Da Silva, 2020). Este fruto é vendido em Portugal e na Europa na forma de suco, sua polpa na forma de creme misturada com xarope e em cápsulas como suplemento alimentar.

A categoria percepções e memórias também analisou a cultura associada aos hábitos alimentares. De acordo com Mintz (2001), não há dissociação entre cultura, grupos étnicos, história e alimentos. Os interlocutores do Brasil e de Angola corroboram esse estudo, associam os alimentos à sua terra natal e, ocasionalmente, se comovem ao recordar acontecimentos ocorridos em seu país natal. Nesta metodologia, também foram incorporadas as opiniões de duas imigrantes de Angola, uma vez que a tapioca também é apreciada naquela nação. Em Portugal, a tapioca é majoritariamente originária do Brasil e de Angola, dois países diferentes que sofreram influência colonial portuguesa (Picanço, 2017).

Sim, mas o consumo da tapioca é à moda angolana. Comemos como aveia, como mingau (Entrevistada 10).

Esta resposta foi dada por uma senhora angolana que vive em Portugal há aproximadamente uma década. Ela relatou ter se sentido acolhida ao encontrar alimentos tradicionais do seu país de origem. Durante a entrevista, outra senhora, também da Angola, que chegou a Portugal com 10 anos de idade e que atualmente está com 65 anos, juntou-se e começou a falar de questões políticas sobre o significado de acolhimento. Ela falou do preconceito que sofreu ao chegar em um novo país e relembrou questões dolorosas da sua

infância. Com dez anos de idade, chegou a Lisboa devido à pobreza em seu país, passou por questões de violência racial e não conseguiu estudar. Desde criança, precisou trabalhar para manter seu sustento, sendo afastada cedo de sua família. Relatou que, atualmente, mesmo trabalhando como auxiliar de limpeza, participa de encontros políticos para relatar sua história. No final da entrevista, disse:

Olha, você está falando de comida, que deveria ser algo alegre, e quanta tristeza eu falei (Entrevistada 11).

De acordo com Vignolles e Pichon (2014), a comida é, assim, um veículo que nos conta histórias e aviva memórias, despertando emoções através da recordação de momentos felizes e tristes, que alimentam nosso corpo e alma. Duas mulheres imigrantes de origem africana que afirmaram a sua existência e encontraram o seu espaço depois de muito sofrimento e que, atualmente, sentem que já são também parte integrante desse outro país de acolhimento. Um lugar onde os alimentos podem, eles próprios, assumir um papel informal de promoção da inclusão nessa relação entre comida e antropologia (Mintz, 2001). As narrativas de ambos os imigrantes, brasileiros e angolanos, demonstram que os alimentos em estudo estão relacionados com uma culinária afetiva que gera gatilhos emocionais, oferecendo uma experiência confortável e prazerosa, e que podem provocar um vínculo nostálgico e sentimental em relação ao alimento, exercendo o papel de alimentos reconfortantes ou despertando lembranças do passado (Vignolles e Pichon, 2014).

A resposta de um cidadão brasileiro que reside em Portugal há sete anos exemplifica os gatilhos emocionais gerados pelos produtos estudados, representantes de uma culinária afetiva para os imigrantes brasileiros. Ao falar sobre as suas preferências alimentares, visivelmente emocionado, lembra-se da mãe e da avó, relatando sentir falta de comida caseira. Cozinha muito pouco desde que chegou a Portugal e, quando sente o cheiro de alimentos brasileiros, recorda sua casa no Brasil.

Me lembra onde eu morava. Era muito comum na época de calor encontrar lá o açai. Era o local onde me reunia com meus amigos. Quando como, lembro da minha família e do Brasil (Entrevistado 15).

Outra brasileira emigrada em Portugal há sete anos se anima ao falar desses alimentos. Esta interlocutora começa por lembrar da sua infância com os primos e do preparo da comida da avó. Seus olhos se encheram de lágrimas ao relembrar alguns momentos com a família, relatando muitas saudades do Brasil.

Lembro da minha avó preparando, minha avó fazendo tapioca, quando eu ia comprar o açai puro nas lojinhas. Ao pé de casa tinha loja de açai. Muitas vezes comprávamos balde de açai para dividirmos entre os primos (Entrevistada 16).

Outro ponto a que estas narrativas mencionadas remetem, e que já foi citado neste trabalho, reflete que o movimento entre colônia e colonizados persiste na atualidade. O número de imigrantes brasileiros em Portugal, segundo o Relatório de Migrações e Asilo pela Agência para a Integração, Migrações e Asilo (AIMA), revela que, em setembro de 2023, as autorizações de residência emitidas por Portugal totalizaram 329.978, das quais os brasileiros representaram 44,6%, ou seja, 147.162, sendo o maior número de imigrantes em Portugal. A integração desses imigrantes na sociedade portuguesa e na dinâmica cultural estabelece um

fluxo constante de troca de informações e significados, sendo o alimento uma importante ligação para esta conexão (Canesqui e Garcia, 2005).

Estudos relacionados com a antropologia da alimentação sugerem que as escolhas alimentares são responsáveis por memórias afetivas: encontrar alimentos tradicionais de seus países no exterior gera conforto e pertencimento, integrando o imigrante na sociedade e na cultura local (Canesqui e Garcia, 2005; Kong e Sinha, 2015; Nonini, 2019). Muitos imigrantes lembraram, em suas falas, momentos em seus países de origem, relatando saudades de familiares e amigos. Possivelmente, esses entrevistados tentam preservar sua cultura alimentar como uma forma de não esquecer suas origens.

Já os cidadãos portugueses revelam que o açaí está se tornando um alimento cada vez mais consumido em Portugal, fazendo parte da cultura local, devido ao número de restaurantes especializados em sua venda, bem como encontrados em supermercados. Os amigos brasileiros também influenciam o consumo, demonstrando que os alimentos podem ser conectores de sociedades multiculturais distintas (Nogueira, Santana, Garcia, 2013).

Conheci o açaí através de um amigo brasileiro. É prático e me dá saciedade. Energeticamente, me ajuda no trabalho (Entrevistada 19).

Dietas

A categoria dietas vincula-se a grupos ou indivíduos que seguem dietas específicas, como vegetarianas, veganas, dietas sem glúten ou sem lactose (Botelho *et al.*, 2021). As narrativas abaixo são exemplos desses posicionamentos:

O açaí e a tapioca são isentos de glúten e lactose e são orgânicos. Consumo alimentos como vegetais, tofu e algumas preparações veganas. Uso muito seitan, que é uma carne vegana. Gosto de arroz, quinoa e cuscuz e também faço muitos hambúrgueres veganos. Sou mais de opções veganas (Entrevistada 14).

ou,

Faço receitas sem glúten. Já experimentei usar farinha de tapioca para fazer pizza, pão de queijo, cubos e pudim de tapioca doce (Entrevistada 17).

ou ainda,

Tapioca porque não tem glúten. Açaí porque adoro o sabor e porque me dá energia. Agora faço mais exercícios e acho que me ajuda. Sou viciada em açaí. Tenho problema com o glúten, mas agora como tapioca e é por isso que me sinto bem (Entrevistada 13).

Nos discursos relacionados com as dietas, constata-se que os entrevistados consomem açaí e tapioca devido a algum desconforto ao comer farinha de trigo contendo glúten ou devido a uma alergia ou intolerância alimentar diagnosticada. Já outros consomem por serem adeptos de dietas vegetarianas ou veganas. Relatam que, por observarem o açaí e a tapioca nos mercados ou nas seções de alimentos orgânicos, vegetarianos ou veganos em Lisboa, consideram esses dois itens uma boa opção.

Tanto o açaí quanto a tapioca tornaram-se alternativas para indivíduos que se enquadram nessas dietas específicas. Estudos demonstram que a venda desses alimentos em mercados veganos, vegetarianos, orgânicos e para pessoas com problemas de saúde relacionados à intolerância ao glúten e à lactose, bem como doenças intestinais, está crescendo

nos últimos tempos (Botelho *et al.*, 2021; Astina *et al.*, 2022). Os mercados de alimentos vegetarianos, veganos e orgânicos representam um nicho global de crescimento sólido (Astina *et al.*, 2022). Este crescimento também se deve à crescente preocupação dos consumidores com o impacto dos alimentos na sua saúde, no bem-estar dos animais e no impacto ambiental dos sistemas de produção.

A procura por produtos que não são de origem animal levou ao desenvolvimento crescente e diversificado de alimentos frescos, processados ou mesmo de alimentos processados similares ou substitutos de produtos de origem animal (Boscardin, 2023). A oferta desses itens é distribuída em Portugal entre lojas especializadas, redes de supermercados, redes de restaurantes e venda direta pela internet ou em sites especializados (Astina *et al.*, 2022).

Futuro e Sustentabilidade

Na categoria futuro e sustentabilidade, todos os participantes relataram interesse por questões relacionadas ao ambiente e demonstraram curiosidade sobre a produção dos alimentos em estudo (Akim *et al.*, 2018). Responderam a questões sobre como acreditam que serão os alimentos no futuro, bem como sua produção. Abaixo, quatro narrativas relacionadas à categoria futuro e sustentabilidade.

O açaí vem do Amazonas, e eu sei que é muito difícil colher, por isso às vezes eu penso que é melhor comer coisas locais. Mas eu não sigo isso, sou um pouco hipócrita em relação a isso. Acho que deve ser difícil de conseguir, não sei em detalhes. A tapioca é mandioca ralada (Entrevistada 14).

Acho que entra toda a cadeia de produção, desde a mão de obra, se a terra foi desmatada ou não, animais. Tem que ter animais, pois tem a questão dos resíduos orgânicos que viram adubo. Os resíduos, o que sobra, enfim, toda essa cadeia para ver se é sustentável (Entrevistada 20).

Queremos comer coisas diferentes, um sushi, tailandês, açaí, tapioca, mas precisamos respeitar as condições climáticas, ambientais. Que a produção seja feita em cada país. Essa tendência em uniformizar o consumo de alimentos é boa, permite experimentar várias culturas, mas temos que ter o cuidado de preservar os recursos naturais (Entrevistada 5).

Acho muito importante porque, com o aumento de novos alimentos que são de outros países, pode crescer uma vontade de se produzir esses alimentos no próprio país, para se ter uma variedade maior para o consumidor. E isso é um problema, pois muitos alimentos são próprios do solo do país e, para se produzir, teria que se usar muitos recursos ambientais. Esse esforço deve ser feito para respeitar. Por exemplo, o açaí e a tapioca nunca vão estar integrados em nossas vidas como as sardinhas, os cozidos, mas ao mesmo tempo é muito bom, pois mudamos a rotina, temos outros alimentos (Entrevistada 19).

As respostas desses consumidores refletem o interesse com a produção alimentar sustentável. Além da preocupação com a qualidade do alimento, demonstram interesse nas dinâmicas de produção, como terra, irrigação e desmatamento. Siloto, Leal, Schottz (2021) apresentam decisões de consumo alimentar, com especial atenção às questões ambientais, e relatam em sua análise que a preocupação com o meio ambiente está presente nas escolhas dos consumidores.

Todos os entrevistados responderam que os alimentos serão cada vez mais industrializados e processados devido ao estilo de vida das pessoas, acreditando que irão ingerir cápsulas e suplementos por falta de tempo. Porém, também procuram consumir mais alimentos orgânicos, sem glúten e sem lactose e consideram que deveriam existir mais informações sobre a produção sustentável de alimentos, demonstrando preocupação com a produção.

Sobre a alimentação do futuro eu tenho duas perspectivas. A primeira é que eu acho que aumentará o consumo de fast food e de carne, e tudo o que faz mal irá aumentar o seu consumo. Por outro lado, temos a perspectiva de um futuro mais distante com a troca de determinados alimentos por comprimidos e suplementos. Já tem gente fazendo isso, não come nada e complementa a falta de vitaminas e minerais com comprimidos. No futuro, quando não houver mais comida, terão de encontrar soluções com comprimidos (Entrevistado 3).

Truninger *et al.*, (2022) demonstram que a indústria de alimentos desenvolve alternativas alimentares para que a população possa ter acesso a uma alimentação mais segura, especialmente em países com maior insegurança alimentar. Ou seja, as questões da produção de alimentos, da segurança e insegurança alimentar, do comportamento alimentar, da saúde e da cultura alimentar são temas complexos e que estão interligados.

Estes temas estão sendo amplamente debatidos pela Organização Mundial da Saúde (OMS), que em 2015 criou a "Agenda 2030", constituída por 17 Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS), que abordam os três pilares da sustentabilidade: social, econômico e ambiental, merecendo cada vez mais atenção e debate (OMS, 2023).

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente trabalho centrou-se nos consumidores de açaí e tapioca na região metropolitana de Lisboa. Analisou, através de entrevistas semiestruturadas, o que motiva o consumo de dois produtos originários do Brasil: o açaí e a tapioca, que chegaram a Portugal durante os períodos das grandes circum-navegações expansionistas. Um dos aspectos investigados foram as percepções destes alimentos. Os imigrantes brasileiros em Portugal relacionam-nos com lembranças da terra natal, comida de conforto, saudades da família, mas também identidade e pertencimento cultural, remetendo para a integração social no país por vezes difícil e complexa. Já os portugueses consomem por questões relacionadas à saúde e ao marketing. A categoria dietas foi analisada através de grupos com dietas específicas, nas quais tanto o açaí quanto a tapioca são consumidos por pessoas que seguem dietas vegetarianas ou veganas e por consumidores com intolerância ou alergia ao glúten e à lactose. Por fim, alguns dos entrevistados partilharam uma visão sustentável e de futuro, demonstrando preocupação em conhecer o processo de produção dos alimentos estudados. Os resultados encontrados sugerem que a motivação em consumir açaí e tapioca pelos participantes do estudo se conecta a fatores ligados à circulação dos alimentos através da cultura, saúde, escolhas alimentares, alimentos reconfortantes, marketing e dietas (Truninger *et al.*, 2022).

Embora esse estudo tenha sido limitado à realidade social de uma parte da área de Lisboa, os resultados demonstram a importância e a necessidade de mais estudos

interdisciplinares com um olhar abrangente e holístico sobre as trocas e significado dos alimentos, bem como a integração social e cultural por meio do alimento.

Agradecimentos

Agradecimentos especiais a todos os participantes entrevistados e interlocutores que tornaram possível esta pesquisa.

A primeira autora agradece à Universidade de Lisboa (ULisboa), ao Instituto de Ciências Sociais e Políticas (ISCSP), à linha de investigação Ategina e ao Centro de Administração e Políticas Públicas (CAPP). Agradece também aos professores e aos colegas do Doutorado em Ciências da Sustentabilidade da Universidade de Lisboa, bem como à professora Mónica Truninger, do Instituto de Ciências Sociais da Universidade de Lisboa, pelos comentários enviados na primeira fase do trabalho, e aos revisores anônimos pelos comentários e sugestões que permitiram melhorar o artigo. O segundo autor participou nesta pesquisa através de financiamento por fundos nacionais da FCT – Fundação para a Ciência e a Tecnologia, I.P., no âmbito da celebração do contrato-programa previsto nos números 4, 5 e 6 do art.º 23.º do D.L. n.º 57/2016, de 29 de agosto, alterado pela Lei n.º 57/2017, de 19 de julho com o respetivo DOI: 10.54499/DL57/2016/CP1456/CT0002.

REFERÊNCIAS

AIMA - Agência para a Integração Migrações e Asilo. Disponível em: <https://aima.gov.pt/pt>. Acesso em: 20 out. 2024.

AKIM, E.; FONSECA, AS.; CARON, MF.; FARIA, L.C. Sustentabilidade e teoria geral de sistemas: Um Levantamento Temporal da Frente de Pesquisa Científica. **Revista Brasileira Multidisciplinar**. v.21, n.1, 2018. p. 7-17.

ALMEIDA, E.C.E; CORREIA, P.M.A.R. Produção científica entre o Brasil e Portugal: Um estudo comparativo dos períodos 1980-90 e 2005-2015. **Lex Humana**. v. 12, n.1, 2020.

ANDRADE-PASSOS, J., VASCONCELLOS-SILVA, P. R., SILVA SANTOS, L. A.; PEREIRA, M. Usos e apropriações do Facebook no campo da alimentação e nutrição: uma revisão integrativa. **Revista Eletrônica de Comunicação, Informação & Inovação em Saúde**. v. 16, n.3, 2022. p. 719-141. DOI: 10.29397/reciis.v16i3.2352. Disponível em: <https://www.reciiis.iciict.fiocruz.br/index.php/reciis/article/view/2352>. Acesso em: 21 nov. 2024.

APOLINÁRIO, J. R. Sabores, saberes e o “pão dos trópicos”: contatos interétnicos entre indígenas e colonizadores a partir da circulação e uso da mandioca/Flavors, knowledge and the “bread of the tropics”: interethnic contacts between indigenous and colonizers from the circulation and use of cassava. **Patrimônio e Memória**. v. 15, n.1, 2019. p. 28-46.

ASTINA, J., SAPHYAKHAJORN, W., BOROMPICHAICHARTKUL, C.; SAPWAROBOL, S. Tapioca resistant maltodextrin as a carbohydrate source of oral nutrition supplement (ONS) on metabolic indicators: a clinical trial. **Nutrients**, 14(5), 916, 2022.

- BLACK, R. Sociedade para a Antropologia da Alimentação e Nutrição. **Antropologia Notícias**. v. 49, 2008. p.57-58.
- BORBA, A. A seleção de Diferentes Comportamentos Interligados Contingências e Manutenção de Recursos Comuns: O Caso da Produção de Açaí no Brasil. **Comportamento e questões sociais**. v.28, 2019. p. 229-247.
- BOSCARDIN, M.; DORR, A.C.; BREITENBACH, R.; BRANDÃO, J.B. O que influencia os flexitarianos a reduzir o consumo de carne no Brasil? *Segurança Alimentar*. **Estud.** v.37, n.109, 2023.
- BOTELHO, G.; LAMEIRAS, J.; LIMA, M.; COSTA, R. **Alimentação à base de plantas: uma revisão narrativa**, 2021. Disponível em: https://actaportuguesadenutricao.pt/wp-content/uploads/2021/11/07_ARTIGO-REVISAO.pdf. Acesso em: 12 jan. 2025.
- CANESQUI, A.M.; GARCIA, R.W. **Antropologia e Nutrição: um diálogo possível**. **Coleção Antropologia e Saúde**. Fiocruz, 2005. Disponível em: <https://books.scielo.org/id/v6rkd>. Acesso em: 12 jan. 2025.
- CHRZAN, J., & BRETT, J. **Research Methods for Anthropological Studies of Food and Nutrition**: Berghahn Books, 2017.
- CEDRIM, P.C.A.S; BARROS, E.M.A; NASCIMENTO, T.G. Propriedades antioxidantes de açaí (*Euterpe oleracea*) na síndrome metabólica. *Braz. J. Tecnologia de Alimentos*. v.21, 2018.
- DIETLER, M. Culinary encounters: Food, identity, and colonialism. The archaeology of food and identity. v.11, **Occasional Paper** No. 34, 2007.
- EDWARDS, F.; GERRITSEN, R.; WESSER, G. *Food, senses and the city*. **Routledge**, 2021.
- FOURNIER, T.; POULAIN, J.P.; JACOB, M. Genômica nutricional: (re)considerando as relações alimentação-saúde via religação das ciências sociais, biomédicas e da vida. **Revista Inter-Legere**, [S. l.], v. 2, n. 25, p. c18336, 2019. DOI: 10.21680/1982-1662.2019v2n25ID18336. Disponível em: <https://periodicos.ufrn.br/interlegere/article/view/18336>. Acesso em: 22 out. 2024.
- KATZ, E. Introdução. In: WOORTMANN, E.; CAVIGNAC, J. A. (org.). **Ensaio sobre a antropologia da alimentação: saberes, dinâmicas e patrimônios**. Natal: EDUFRN, 2016. p. 15-28
- KONG, L; SINHA, V. Alimentação, práticas alimentares e paisagens alimentares: Cultura, comunidade e consumo na Singapura pós-colonial. **Research Collection School of Social Sciences**, 2015.
- MALLA, T., KHOLINA, A.; JÄNTTI, L. Urban hitchhiking: wandering with others as a research method. **Suomen antropologi**, v.42, n. 3, , 2018. p. 41-51.
- MISSAGIA, S.V.; OLIVEIRA, S.R.; REZENDE, D.C. Motivações Relacionadas à Escolha Alimentar. Segmentação de Consumidores. **Agroalimentar**. v. 23, n.44, 2017. p. 107-121.
- MINTZ, S.W. Comida e Antropologia: uma breve revisão. **Revista Brasileira de Ciências Sociais**. v.16, n.47, 2001.
- MONTEIRO, R. D. S., NASCIMENTO, M. N. C. F., dos SANTOS, J. C.; FILGUEIRAS, G. C. **O perfil socioeconômico dos produtores de farinha de tapioca do distrito de Americano em**

Santa Izabel do Pará. In: CONGRESSO DA SOCIEDADE BRASILEIRA DE ECONOMIA, ADMINISTRAÇÃO E SOCIOLOGIA RURAL, 56., 2018, Campinas. Transformações recentes na agropecuária brasileira: desafios em gestão, inovação, sustentabilidade e inclusão social: anais. Brasília, DF: SOBER, 2018.

NOGUEIRA, A. K. M., SANTANA, A. C. D.; GARCIA, W. S. A dinâmica do mercado de açaí fruto no Estado do Pará: de 1994 a 2009. **Revista Ceres**, 60, 2013. p. 324-331.

NONINI, D.M. O movimento alimentar local e a antropologia dos sistemas globais. *Jornal da Sociedade Etnológica Americana da Universidade da Carolina do Norte. Chapel Hill.* v. 40, n.2, 2019. p. 267-275.

NUNES, J. S., DE JESUS SOUZA, T.; FANARO, G. B. Traços identitários e confluências da culinária amazonense. **Revista Ensino, Saúde e Biotecnologia da Amazônia**, 1(especial), 2019.

OMS - Organização Mundial da Saúde. Disponível em: <https://www.who.int/pt/about>. Acesso em: 9 de set. 2023.

PICANÇO, M. Comida, consumo e identidade: notas etnográficas por entre os processos migratórios da mandioca; do contexto brasileiro e paraense ao contexto europeu. **Imigração e Identidades**.v.8, n.13, 2017.

ROCHA, P.F.; SOUTO, M.K.F.; DA SILVA NEUMANN, K.R. Açaí: Uma Abordagem terapêutica na prevenção e tratamento da aterosclerose. **Revista Multidisciplinar do Nordeste Mineiro**. v.1, n.1, 2020.

SÁ, R. **Agrogénese neolítica e principais transformações agrícolas ao longo da história até à revolução francesa.** Instituto Superior de Ciências Sociais e Políticas-Universidade Técnica de Lisboa, 2001.

SILOTO, D. A. P.; LEAL, G. F.; SCHOTTZ, V. Escolhas alimentares e sustentabilidade: contribuições de um estudo de caso em uma feira livre. **Temáticas**. v. 29, n. 58, 2021. p. 74-101.

TRUNINGER, M.; SCHMIDT, L.; GRAÇA, J.; JUNQUEIRA, L.; PRISTA, P. **Sustentabilidade e Alimentação Segundo Grande Inquérito em Portugal.** Coleção Observatórios ICS. Imprensa de Ciências Sociais. Universidade de Lisboa, 2022.

VIGNOLLES, A.; PICHON, P. E. A taste of nostalgia: Links between nostalgia and food consumption. **Qualitative market research: an international journal**. v.17, n.3, 2014. p.225-238.

YANG, D.; LEW, H. L.; MAK, Y. Y.; OU, S. J. L.; LIM, J. A.; LU, Y.; LIU, M. H. Incorporation of okra (*Abelmoschus esculentus* (L.) Moench) seed powder into fresh rice noodles with tapioca starch improves postprandial glycemia, insulinemia and satiety in healthy human volunteers. **Journal of Functional Foods**, 100, 105382, 2023.