

A Representação Midiática do Consumo no Contexto da Insegurança Alimentar durante a Pandemia de Covid-19 no Espírito Santo

Gilson Arão Júlio Neto¹
Rafael da Silva Paes Henriques²

RESUMO

Este trabalho tem como objetivo discutir e refletir sobre o consumo, entendendo-o não apenas como uma necessidade básica, mas também como um marcador social influenciado pela mídia e pelas representações territoriais, que podem destacar ou ocultar desigualdades específicas. O texto retoma pontos da dissertação de mestrado desenvolvida neste programa, que investigou o enquadramento jornalístico da insegurança alimentar ao longo de três anos. No Espírito Santo, observa-se que a mídia constrói narrativas em torno do consumo alimentar, revelando tanto aspectos econômicos quanto culturais, os quais serão analisados e comparados para compreender como o consumo é representado pelos veículos de comunicação. Conclui-se que o consumo, enquanto marcador social, é multifacetado e seu impacto direto na vida dos capixabas revela as dimensões econômicas e culturais abordadas pela mídia.

Palavras-chave: Consumo, Insegurança alimentar, mídia local, enquadramento, políticas públicas.

INTRODUÇÃO

A insegurança alimentar, uma questão que se intensificou no Brasil especialmente durante e após a pandemia de Covid-19, é frequentemente retratada pela mídia de modo a moldar a compreensão coletiva sobre o problema e suas implicações. Estudos como os de Iyengar (1991) e Entman (1993) demonstram que o enquadramento das notícias pode naturalizar, amplificar ou silenciar temas sociais, impactando diretamente as percepções e atitudes do público.

A pesquisa de mestrado intitulada “*O Brasil de volta ao mapa da fome: A pandemia da Covid-19 e a cobertura da instituição jornalística sobre a insegurança alimentar no Espírito Santo*” foi realizada com base em conceitos de enquadramento, possibilitando observar, de maneira metodologicamente criteriosa, a forma como a cobertura jornalística abordou a insegurança alimentar durante a pandemia.

¹ Mestre em Comunicação e Territorialidades pela UFES E-mail: secom.gilson@gmail.com

² Professor do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Territorialidades, orientador. E-mail: rafaelpaesh@gmail.com

Ao longo de três anos, foram analisadas matérias jornalísticas de dois veículos capixabas: o jornal impresso diário "A Tribuna" e o portal de notícias "Século Diário". A análise permitiu identificar diferentes cenários, abordagens e contextos, revelando a diversidade de formas pelas quais o tema foi representado na imprensa local.

Com este trabalho, pretendemos apresentar uma breve reflexão sobre o consumo, compreendendo-o além da questão alimentar. Vamos examinar reportagens selecionadas para compreender como a mídia retrata o consumo numa perspectiva cultural e econômica.

A análise abrange distinções territoriais, considerando as famílias que viviam nas periferias da Grande Vitória e enfrentavam dificuldades alimentares, bem como aquelas que começaram a sentir o impacto do aumento dos preços dos alimentos nos supermercados.

Identificamos duas vertentes realísticas do consumo para as famílias capixabas a época: o consumo em contextos de vulnerabilidade alimentar e o consumo impactado pelo encarecimento dos produtos básicos. Esse consumo será discutido com base em uma análise preliminar descritiva, evidenciando a realidade retratada nas matérias jornalísticas.

DESENVOLVIMENTO

A territorialidade emerge como um eixo central, pois a cobertura jornalística não apenas reflete, mas também contribui para a construção de identidades e desigualdades específicas de cada território, em consonância com as ideias de Haesbaert (2004) sobre o território como um espaço multifacetado e de relações de poder.

Dessa forma, as reportagens escolhidas que fazem uma menção ao consumo, são comparadas à luz de uma perspectiva que considera o território não apenas como uma delimitação geográfica, mas como um espaço simbólico e relacional (Raffestin, 1993), conforme citamos anteriormente na introdução acerca da realidade das famílias capixabas.

Economia

VITORIA, ES, TERÇA-FEIRA, 27 DE ABRIL DE 2021 ATRIBUNA 15

Famílias aumentam gasto no supermercado em 27%

Pesquisa indica que consumidor passou a desembolsar mais, devido ao isolamento e à inflação, embora vá menos às compras

Ludmila Azeredo

N o Espírito Santo, o valor médio gasto pelas famílias nas idas aos supermercados é 27% maior que antes da pandemia. A informação é de uma pesquisa realizada pela Sodexo Benefícios e Incentivos e analisada no último mês.

Entre os motivos, estão os estoques de produtos, inflação nos preços dos alimentos e o tempo maior passado dentro de casa, onde se fazem todas as refeições.

Segundo diretor de Estatística e Relações da Sodexo, Antonio Aguiar, citou na pesquisa o efeito do isolamento social para sair de casa, assim como da Covid-19, quando tudo mudou na rotina.

"Mas, no momento em que vão aos supermercados, eles optam por fazer uma compra maior, evitando uma despesa mais abastecida e aumentando o valor médio de gastos", explicou.

No Estado, de acordo com a pesquisa da Sodexo, os consumidores reduziram as idas aos supermercados em 16,39% desde março do ano passado.

De acordo com o superintendente da Associação Capital de Supermercados (Acaps), Hélio Schneider, os altos preços das matérias-primas e o aumento dos custos operacionais nos supermercados contribuíram para o aumento do ticket médio da população capixaba.

"As pessoas estão indo mais ao mercado com as restrições no funcionamento dos estabelecimentos. Mas a alta dos preços dos insumos e o aumento dos custos operacionais com equipamentos de proteção e medidas contra a Covid acabam sendo repassadas para o consumidor", afirmou.



SALOMÃO COM VANILZA e o neto Benjamin: aumentos de preços vêm deixando as compras cada vez mais básicas

DADOS DA PESQUISA

Compras maiores para abastecer despensa

Gasto maior com alimentação

» NOS ÚLTIMOS 12 meses, as famílias estão gastando 27% a mais nos supermercados desde o início da pandemia da Covid-19.

» O aumento do ticket médio é consequência da inflação dos preços dos alimentos, oferta reduzida de produtos e maior tempo passando em casa.

Menos idas ao supermercado

» O CONSUMIDOR reduziu em 16,39% a frequência de idas às compras no Espírito Santo, por medo de contaminação.

» QUANDO VÃO ao mercado, o consumidor faz compras maiores para abastecer a despensa de casa, de acordo com a pesquisa.

Cesta básica mais cara

» OS PREÇOS DE ALIMENTOS estão mais caros do que antes. Em Vitória, os preços médios subiram R\$ 484,08 em março e abril contra R\$ 326,08 em maio.

» O TÍPICO consumidor gasta 45,97% do salário mínimo.

Cesta compromete 46% do salário

Neste mês, em Vitória, a cesta básica está comprometendo cerca de 46% do salário mínimo. O levantamento foi feito pelo Procon do município.

"Em abril, o trabalhador remunerado pelo salário mínimo comprometia 45,97% da sua renda para adquirir os produtos da cesta de primeiras necessidades. Já em maio, esse percentual era de 44,61%", informou Denise Zanin, gerente do Procon.

Em abril, o preço total dos produtos básicos superou R\$ 584,06, em março, era de R\$ 484,08. O valor é calculado com a soma das menores preços de cada produto verificadas pelo órgão.

E o Procon afirma que, se o consumidor não fizer uma pesquisa de preços, pode pagar ainda mais caro. O levantamento verificou variação de até 100% no preço de produtos em nove supermercados da capital.

A pesquisa chama atenção para a necessidade de observar valores em vários estabelecimentos antes das compras", destacou Denise.

GIRO RÁPIDO

STF determina renda básica para população

O STF determinou o valor mínimo para determinar o governo federal a definição de uma renda básica nacional - benefício social para atender às despesas mínimas de cada pessoa com alimentação, educação e saúde. Na decisão, o STF também deve formar grupo para que o governo elabore a lei que, a partir de 2022, esse valor anual será fixado na Lei de Responsabilidade Fiscal. O governo não se manifestou sobre a decisão.



Hidrelétricas à venda pela EDP

A EDP Brasil colocou à venda 10 das suas usinas hidrelétricas que opera no País. A companhia deve receber propostas nos próximos meses. Em entrevista ao Valor, o vice-presidente da empresa, João Marques da Costa, explicou que um dos objetivos da iniciativa é levantar recursos para acelerar os investimentos na energia solar fotovoltaica até o fim de 2025.

Ação da Hering dispara após venda para Soma

As ações da Hering dispararam na Bolsa de São Paulo, após o anúncio de compra da marca pelo grupo Soma, uma transação que chega à compra de R\$ 5,1 bilhões. Os papéis ordinários da Hering dispararam e subiram 28,97% pela manhã, negociados acima de R\$ 30. Após a notícia, as ações da companhia encerraram o dia com alta de 26,99%, negociadas a R\$ 28,65.

Fonte: Jornal A Tribuna em 27 de abril de 2021

A reportagem do jornal A Tribuna, intitulada "Famílias aumentam gasto no supermercado em 27%", explora o impacto econômico do segundo ano da pandemia de Covid-19 sobre o consumo alimentar das famílias capixabas. A matéria revela como o isolamento social e a inflação contribuíram para a elevação dos preços dos alimentos, destacando que o valor médio gasto pelos consumidores no supermercado aumentou em 27%. A abordagem foca no aspecto econômico do consumo, evidenciando o impacto da inflação no poder de compra das famílias, que passaram a gastar uma parte significativa do salário apenas para manter a despensa abastecida.

Esse enfoque traz uma personificação do consumo, mas sob uma perspectiva material, centrada nas dificuldades econômicas das famílias para adquirir produtos básicos. Embora a reportagem não trate diretamente das implicações sociais da insegurança alimentar, ela sugere que o aumento nos preços alimentares contribui para a redução do acesso a itens essenciais. Assim, a matéria apresenta o consumo como uma questão econômica, refletindo o olhar editorial do veículo, que parece priorizar uma visão de consumo voltada para famílias que têm condições estruturantes para sua sobrevivência, assegurando sua qualidade de vida.

Essa visão econômica do consumo não contrasta o nosso trabalho, mas complementa-o, ao oferecer um panorama econômico que, no entanto, não aborda a questão territorial e as especificidades das famílias que já vivem à margem da pobreza e da vulnerabilidade. Em comparação com outra matéria a ser discutida, essa reportagem simplifica uma abordagem

focada no impacto da inflação sobre o consumo, enquanto o trabalho atual pretende explorar também o consumo em contextos de vulnerabilidade territorial, revelando nuances culturais e sociais que ampliam o entendimento sobre o tema

A seguir, temos outro exemplo de consumo, também relacionado ao acesso a alimentos, mas em um contexto diferente: o impacto da falta de merenda escolar no interior do estado. Este exemplo destaca como a insegurança alimentar se manifesta de forma distinta na zona rural, onde os alunos ficaram sem acesso à merenda escolar, que muitas vezes representa uma importante fonte de alimentação. A pesquisa da Rede Pensan (2021) evidenciou que o interior, especialmente as áreas rurais, foi o território mais afetado pela insegurança alimentar em todo o país, devido a fatores como mudanças climáticas e a falta de investimentos em programas que garantissem a segurança alimentar dos produtores e moradores dessas regiões. Embora mantenha a mesma concepção de consumo, voltada para o acesso aos alimentos, essa situação ilustra uma perspectiva diferenciada, que realça as dificuldades enfrentadas em áreas de maior vulnerabilidade territorial.



Fonte: Portal Sécuro Diário em 26 de maio de 2020

A matéria do Sécuro Diário apresenta uma realidade de consumo diferenciada da vivida pelas famílias nas áreas urbanas da Grande Vitória. Enquanto na capital e em suas regiões metropolitanas o consumo se relaciona principalmente com o aumento dos preços e a capacidade de compra das famílias nos supermercados, no interior, em regiões rurais, a situação assume uma forma ainda mais crítica. Aqui, alunos da zona rural estão sendo privados de

Programa de Pós-Graduação
em Comunicação
e Territorialidades - UFES

receber alimentação básica da merenda escolar devido às restrições orçamentárias causadas pela pandemia de Covid-19.

Esse cenário evidencia uma outra dimensão do consumo: no contexto rural, o acesso a alimentos não se limita à questão do poder de compra, mas depende fortemente de programas públicos de assistência, como a merenda escolar. Diferente das famílias da Grande Vitória, que enfrentam dificuldades de consumo devido à inflação e ao aumento dos preços, as famílias rurais vivem uma realidade onde o consumo alimentar é restringido pela falta de políticas estruturantes e pelo isolamento territorial, que limita o acesso a recursos. Assim, enquanto o consumo urbano se relaciona com a capacidade de aquisição no mercado, o consumo rural é mais dependente de subsídios diretos, revelando as desigualdades territoriais na forma como o acesso a alimentos se dá em diferentes regiões do estado.

Em outra comparação da representação midiática da insegurança alimentar durante a pandemia de Covid-19, sob a perspectiva do consumo, apresentamos o exemplo do consumo de medicamentos. A inflação crescente fez com que muitos aposentados fossem obrigados a escolher entre comprar alimentos ou medicamentos, um dilema que ilustra a restrição de acesso ao consumo básico. Essa situação reforça a forma como o consumo é retratado na mídia, construindo narrativas que envolvem tanto o consumo alimentar quanto o acesso a outros itens essenciais.

[illegible]

Fonte: Jornal A Tribuna em 11 de dezembro de 2021.

O Jornal A Tribuna expõe o impacto econômico da inflação sobre o consumo básico, retratando o desafio enfrentado por aposentados que precisam optar entre se alimentar adequadamente ou adquirir medicamentos essenciais. Esse enfoque evidencia a complexidade do consumo como marcador social, refletindo as desigualdades e os dilemas que a população enfrenta em períodos de adversidade econômica.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Observa-se que o consumo, enquanto marcador social, é influenciado e representado pela mídia na cobertura jornalística e pelas representações territoriais, podendo destacar ou ocultar desigualdades específicas. Esse efeito depende de uma série de fatores, como o enfoque dado à pauta, a linha editorial do veículo e o olhar jornalístico do repórter, que, ao ir além do tratamento superficial, contribui para uma compreensão mais ampla do tema.

Conclui-se que esses três exemplos refletem a concepção e a dimensão do consumo sob a perspectiva da representação midiática e seu impacto direto na vida das pessoas. Eles nos ajudam a compreender a realidade multifacetada dos capixabas no acesso ao consumo alimentar, afetada pela maior crise sanitária do mundo. Seja numa dimensão de territorialidade ou numa perspectiva econômica e financeira, esses casos ilustram como o consumo se manifesta em diferentes contextos e como a mídia constrói narrativas que revelam tanto aspectos econômicos quanto culturais.

Por meio dessa análise, evidenciamos que a imprensa capixaba desempenha um papel relevante na mobilização pública. O engajamento dos veículos de comunicação e jornalistas na questão do consumo e da insegurança alimentar é essencial e deve ser incentivado. É crucial que essa cobertura leve em consideração as diferentes dimensões territoriais, abrangendo a realidade de vulnerabilidade social e a questão do acesso ao capital financeiro das famílias.

Assim, temos duas camadas interligadas, mas com particularidades: a situação das famílias em vulnerabilidade social, que requer políticas públicas de apoio, e a questão econômica, que impacta o poder de compra e exige uma atenção constante dos governos para que a inflação e as crises econômicas não desestabilizem ainda mais a realidade familiar.

Essas duas perspectivas sobre o consumo – como questão de assistência social e como reflexo das condições econômicas – foram os pontos centrais que buscamos retratar e refletir neste trabalho. Ao dar visibilidade a essas questões, a imprensa pode contribuir significativamente

para uma sociedade mais informada e para a construção de políticas públicas alinhadas às necessidades reais da população.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ENTMAN, R. "**Framing: toward clarification of a fractured paradigm**". Journal of Communication, vol. 43, n° 4, p. 51-58.

IYENGAR, Shanto. **Framing Responsibility for Political Issues: The Case of Poverty. Political Behavior**, v. 12, n. 1, p. 19-40, 1990. Disponível em: <<https://www.jstor.org/stable/586283?seq=1>>.

RAFFESTIN, Claude. **Por uma Geografia do Poder**. São Paulo: Ática, 1993.

Rede Brasileira de Pesquisa em Soberania e Segurança Alimentar e Nutricional – Rede PENSSAN. **II Inquérito Nacional sobre Insegurança Alimentar no Contexto da Pandemia da Covid-19 no Brasil**. São Paulo: Fundação Friedrich Ebert Stiftung, 2021. Disponível em: <https://pesquisassan.net.br>.