



## **CONCEITO DE ALIMENTO NATURAL E ALIMENTO INDUSTRIALIZADO: UMA ABORDAGEM SÓCIO- COMPORTAMENTAL.**

**Vivian Ribeiro de Oliveira (UFPR)**

vivi3h@yahoo.com.br

**Maria Claudia Mancuelho Malta (UFMS)**

minimalta@hotmail.com

**Dario de Oliveira Lima Filho (UFMS)**

dolima@nin.ufms.br

*O comportamento do consumidor de alimentos é objeto de muitas investigações que procuram acompanhar as tendências para hábitos e atitudes dos consumidores. Tendo em vista o aparecimento de diversos produtos que se intitulam “naturais”, mesmo dentro de embalagens, esta pesquisa buscou investigar o que especialistas em alimentos e consumidores percebem como “alimento natural” e “alimento industrializado”. Foi utilizada a entrevista em profundidade como método de coleta de dados com o auxílio de um roteiro de entrevista. Como resultado atingiu-se o objetivo de encontrar um conceito formulado pelos consumidores de “alimento natural” e de “alimento industrializado”. Foram constatadas também diversas outras intenções e avaliações dos consumidores com relação a essas categorias de alimentos, que são relatadas durante as discussões e conclusões.*

*Palavras-chaves: conceito, alimento natural, alimento industrializado*

## 1. INTRODUÇÃO

A sociedade contemporânea mostra um grande interesse na alimentação. Este interesse refere-se a dois campos bastante diferentes entre si: o da nutrição, por um lado e o da tecnologia da produção dos alimentos, por outro (CONTRERAS, 1995). Assim como as ciências interferem no entendimento do alimento natural e do alimento industrializado, é necessário, pois, estudar as formas como esses conhecimentos são difundidos na sociedade.

A alimentação deve ser analisada sob várias perspectivas, que são ao mesmo tempo complementares e independentes. E, a partir do agrupamento destas perspectivas, observa-se a relevância dos fatores antropológicos, econômicos, psicológicos, sociais e culturais ao se determinar o tipo de consumo alimentar da população (OLIVEIRA, THÉBAUD-MONY, 1997).

Dentre as ciências que abordam os hábitos alimentares, estão a Antropologia, a Economia, a Psicologia e a Sociologia. Nota-se que todas estas buscam aperfeiçoar seus conhecimentos acerca do significado dos alimentos. Porém, cada uma tenta abordar o assunto “alimento” a partir do seu espectro. A Antropologia busca desvendar os valores primordiais da alimentação, enquanto as Ciências Econômicas estudam as implicações dos preços e dos fatores econômicos na alimentação da população. A Psicologia aborda as origens dos diferentes comportamentos apresentados pelos indivíduos para com os alimentos. A sociologia, por fim, defende que os fatores referentes à alimentação (o que e com quem se come, como é preparado, como é comido) interferem nas relações sociais. E é por essa razão que ela fundamentará essa pesquisa.

A abordagem do Capital Cultural, como integrante da perspectiva sociológica, vem contribuir para melhor compreensão do processo de construção da cultura alimentar.

Para tanto, por meio da entrevista de especialistas em alimentos, pretendeu-se chegar aos conceitos de alimentos natural e industrializado. Foi feita também a busca dessas definições entre os consumidores, cuja perspectiva ainda não foi abordada pela literatura.

A escassez de suporte teórico que auxilie o marketing na busca de conceitos para satisfazer as necessidades dos vários segmentos de consumidores foi um motivador desse estudo. Fazem parte da problemática as tendências de empresas agroindustriais em nomear “naturais” alimentos que não o são, como parte de estratégia comercial de aumento das vendas.

## 1.2. Revisão sobre os alimentos “Natural” e “Industrializado”

### 1.2.1. O Alimento Natural

A expressão “alimento natural” vem sendo utilizada frequentemente com significados distintos. Sem discriminação, a naturalidade nos alimentos toma variadas formas.

A legislação brasileira informa o que é o alimento in natura: “todo alimento de origem vegetal ou animal, para cujo consumo imediato se exija apenas, a remoção da parte não comestível e os tratamentos indicados para a sua perfeita higienização e conservação” (BRASIL, 1969).

Pela perspectiva acadêmica, tem-se o conceito técnico de alimento natural, como estabelecem Rozin e colaboradores (2004: 151): “por item natural quer-se dizer aquele que não foi mudado de nenhuma forma significativa pelo contato com humanos. Ele pode ser colhido e transportado, mas tem sua essência quimicamente idêntica ao mesmo item em seu lugar

natural”.

Lifschitz (1997 *apud* CANESQUI, 2005) identificou e analisou quatro categorias que compreendem as representações sobre alimento natural: “artesanal e natureza”, “boa alimentação e adequação aos requerimentos fisiológicos e anatômicos”, “produtos sem aditivos” e “signo de marca comercial”.

Dessa forma, já se percebe que as categorias abrangem a possibilidade de que a “naturalidade” seja utilizada como um símbolo pelas empresas na tentativa de atrair a atenção do consumidor.

### **1.2.2. O Alimento Industrializado**

O consumidor conhece apenas parte da evolução dos alimentos para um status industrializado. Durante essa evolução, o papel das indústrias alimentares modificou-se e o alimento passou a se apresentar de duas formas: por um lado ele é artificial e por outro deve conservar um status natural. As indústrias recorrem a esse apelo do “natural” para manter uma conexão do alimento com a natureza, do ponto de vista do consumidor. Essa tática tenta contornar a crítica que os consumidores fazem aos produtos industrializados, considerando-os insípidos, sem sabor, descaracterizados, entre outros (HÉRNANDEZ, 2005).

Dessa forma, Lambert (1996 *apud* HÉRNANDEZ, 2005) afirma que geralmente as pessoas analisam os ‘produtos industrializados’ como piores do que os ‘produtos naturais’. Possivelmente a justificativa para tal afirmação seja que a industrialização provocou a perda das ‘referências’; o que não implica que os consumidores continuem precisando delas. São também fatores percebidos como ‘ruins’ nos alimentos industrializados os recursos de engordamento artificial de aves e do gado, os pesticidas no campo, os antibióticos e hormônios, aditivos químicos e ingredientes adicionados (ARNAIZ, 2005).

É interessante ressaltar que na legislação brasileira não há nenhum comentário sobre alimento industrializado, apenas a “produto alimentício”.

Essa pesquisa vem, então, buscar os conceitos apresentados por consumidores e especialistas, investigando o que pensam ser alimentos naturais e industrializados, e porque pensam dessa maneira. Além de examinar como o capital cultural interferiu nos conceitos apresentados.

## **2. CONTEXTO TEÓRICO**

O alimento, desde sua preparação até seu consumo, está intrinsecamente conectado a muitos outros processos centrais da vida social (WARDE, 1997). As várias ciências sociais discutem as implicações e influências dos alimentos na vida social a partir de suas próprias perspectivas. Seria possível mobilizar diversas disciplinas científicas, como a Economia, a Sociologia, a Antropologia, a Nutrição, a História, a Psicologia, entre outras, para realizar a análise (POULAIN; PROENÇA, 2003).

Nesse trabalho a análise dos conceitos de alimento

será feita a partir do foco que a Sociologia proporciona, conjuntamente com a colaboração que a abordagem do Capital Cultural traz para a interpretação dos hábitos alimentares.

### **2.1. Alimentos: Complexidade E Fragmentação**

Os alimentos têm um significado cultural expressivo e polivalente, desde psicológico até emocional, e abrangente, estendendo-se da comida da mamãe até doenças como a anorexia nervosa (WARDE, 1997).

E, segundo Canesqui e Diez Garcia (2005), é a cultura que molda a seleção alimentar em seu sentido mais amplo, pois entre as escolhas alimentares não estão somente os alimentos mais ‘nutritivos’, classificados de acordo com a moderna nutrição. O uso do café, por exemplo, está menos atrelado ao seu efeito estimulante do que à sociabilidade que proporciona (Contreras, 1995).

Muitas vezes o consumo deste ou daquele alimento está relacionado às crenças que foram construídas por uma sociedade ao longo de sua história, as quais nem sempre se utilizam da ciência ou da razão (Bleil, 1998).

## **2.2. Perspectiva Sociológica do Alimento**

“O modo de alimentar sempre ultrapassa o ato de comer em si e se articula com outras dimensões sociais e com a identidade” (CANESQUI, 2005: 36). Apesar disso, os sociólogos, diferentemente de outros cientistas sociais, têm tido pouco a dizer sobre o consumidor de alimentos. A maior parte dos textos que aborda comportamento do consumidor contém seções que tratam das influências dos fatores sociais no consumo, e referências relevantes são feitas às influências das classes sociais, ou das raças, ou sexos, no consumo cotidiano. Muitos desses trabalhos têm sido produzidos pelos pesquisadores de marketing (GOFTON, 1995).

Mesmo assim, as Ciências Sociais formularam quatro teses que abordam o conflito de discernir uma tendência alimentar e, também, o modo como cada consumidor classifica um alimento. A primeira, diagnosticada pelo sociólogo Claude Fischler, consiste na crise gerada pela escolha alimentar, que tem se tornado, para o indivíduo, fonte de angústia, obsessão, ansiedade e suspeita. Fischler construiu também a segunda tese, defendendo que as modas ou tendências relativas a alimentos podem evidenciar uma fragmentação e desintegração da regulação social. Esse fenômeno pode, ainda, ser a evidência da “estilização”, consumo por nichos e “neo-tribalismo”. A terceira tese sociológica refere-se à cultura massificada, promovida pela mídia de massa, que tem sido difamada pelo seu gosto “pobre”. A quarta tese sociológica presume que as diferenças sociais de comportamento estão estruturadas ao longo de fatores fundamentais, como nacionalidade, classe, sexo, raça, geração e estágio do ciclo de vida (WARDE, 1997).

### **2.2.1. A Abordagem do Capital Cultural**

Segundo Pons (2005), a única estrutura adaptativa que os humanos possuem é a cultura. A bagagem sócio-cultural condiciona certos estilos alimentares de grupos de indivíduos (ARNAIZ, 2005), bem como a organização social constitui a base e o fundamento último do sistema de classificação das coisas (BOURDIEU, 1998).

O espaço social é construído de tal modo que os agentes ou os grupos são aí distribuídos em função de sua posição nas distribuições estatísticas de acordo com os dois princípios de diferenciação, quais sejam, o capital econômico e o capital cultural. Acredita-se, então, que quanto mais semelhantes são as nações em termos de capital econômico e cultural, mais próximas são suas idéias, conceitos e também posicionamentos (BOURDIEU, 2005).

Neste sentido, para Bourdieu (1998), “capital cultural” é um conceito que explicita um novo tipo de capital, um novo recurso social, fonte de distinção e poder em sociedades nas quais a

posse desse recurso é privilégio de poucos. E é citado também em referência a um conjunto de estratégias, valores e disposições promovidos principalmente pela família, pela escola e pelos demais agentes da educação, que predis põem os indivíduos a uma atitude dócil e de reconhecimento ante as práticas educativas.

Esse trabalho não tem como objeto investigar a estruturação do capital das pessoas. Entretanto, o peso do capital econômico ou cultural (que muitas vezes estão atrelados) na formação dos indivíduos é evidente e, dessa forma, busca-se analisar como se dá a relação entre o capital cultural e os conceitos desenvolvidos acerca dos alimentos naturais e industrializados.

### **3. REFERENCIAL METODOLÓGICO**

Na busca por definições do conceito desses alimentos foi realizada pesquisa qualitativa e a entrevista em profundidade foi utilizada como meio para estabelecer um diálogo entre o pesquisador e os entrevistados para a coleta dos dados.

As entrevistas foram realizadas com formadores de opinião (especialistas em alimentos) e cidadãos comuns. A amostra era composta por nove especialistas: duas nutricionistas, dois médicos veterinários, um médico nutrólogo, um engenheiro agrônomo, um engenheiro de alimentos, um técnico em alimentos e um gastrônomo. Os cidadãos comuns eram 25, pertencentes a faixa de idade de 18 a 60 anos, numericamente equivalentes em termos de gênero. Dentre os não-especialistas, oito pessoas tinham nível de renda equivalente à classe AB, seis à classe C e seis à classe DE. Em cada faixa de renda tentou-se entrevistar pessoas de diferentes níveis de escolaridade, bem como idade e sexo.

Cada entrevista teve a duração média de uma hora, sendo orientada por roteiro semi-estruturado. As entrevistas foram realizadas entre setembro e outubro de 2006 e gravadas em meio digital para que o entrevistador pudesse ser liberado das anotações e, dessa forma, se centrasse na fala dos entrevistados. Os encontros aconteceram conforme a receptividade do entrevistado.

### **4. OS CONCEITOS**

Para melhor entendimento dos resultados, preferiu-se não aglomerar as categorias, pretendendo demonstrar sua amplitude e, também, o grau de complexidade e profundidade atingido.

#### **4. 1. Alimento natural a partir da perspectiva dos especialistas.**

Os especialistas apresentaram nove categorias conceituais para o alimento natural:

- Sem produtos químicos de forma geral (3 respostas);
- Sem sofrer qualquer tipo de processo, como, por exemplo, temperatura diferente;
- Não sofreu processo de industrialização (3);
- Está na sua forma in natura;
- Sem interferência humana;

- Sem adição de conservantes (3);
- Sem adição de nenhuma substância que não faça parte dele;
- Alimento cuja produção pode utilizar agrotóxico (2);
- Alimento saudável;

#### **4.2. Alimento natural a partir da perspectiva dos consumidores.**

O alimento natural foi apresentado pelos consumidores por meio de quatro categorias:

- Aquele cuja produção não utilizada produtos químicos (7)
- Alimentos saudáveis (7)
- Frutas, legumes e verduras (7)
- Aquele que não passa por um processo de industrialização (4)

#### **4.3. Alimento industrializado a partir da perspectiva dos especialistas.**

O alimento industrializado foi apresentado pelos especialistas através de oito categorias:

- Processamento em escala industrial (7);
- Contém química (2);
- Um processo de transformação, mesmo que caseiro (2);
- Sofreu junção com outro tipo de produto;
- Qualquer produto enlatado ou engarrafado;
- Ter conservante (2);
- Sofreu processo de mudança de temperatura (2);

Alimento Industrializado não necessariamente elimina a naturalidade;

Assim como os alimentos naturais, os alimentos industrializados, na percepção dos especialistas, também foram conceituados abrangentemente.

#### **4.4. Alimento industrializado a partir da perspectiva dos consumidores**

Os entrevistados, em geral, se mostraram mais dispostos a responder aos questionamentos relativos aos alimentos industrializados. Talvez pela maior evidência que recebem atualmente nos meios de comunicação. O alimento industrializado foi, então, apresentado pelos consumidores por meio de cinco categorias:

- Passou por processamento (9);
- Contém elementos químicos (8);
- Menos saudável que o natural (7);
- Larga escala de produção (5);

- Passou pela indústria (4);

## **5. DISCUSSÕES E CONCLUSÕES**

O entendimento sobre o que é alimento natural e o que é alimento industrializado é resultado de uma série de percepções e atitudes aprendidas durante o tempo em um determinado ambiente. Nesse sentido, buscou-se entender como os consumidores de forma geral, incluindo os especialistas em alimentos, assimilaram os conceitos de alimentos naturais e industrializados.

Para isso, através de uma pesquisa qualitativa exploratória, foram realizadas entrevistas em profundidade com uma amostra formada por 20 consumidores de todos os sexos e classes sociais, dentro da faixa etária de 18 a 60 anos, e com escolaridade Ensino Fundamental, Médio ou Superior. Quanto aos especialistas, foram 9: dois Médicos Veterinários, duas Nutricionistas, um Médico Nutrólogo, um Engenheiro de Alimentos, um Engenheiro Agrônomo, um Tecnólogo em Alimentos e um Gastrônomo. Estas entrevistas foram realizadas entre setembro e outubro de 2006 e tiveram duração média de uma hora.

Entre os principais resultados detectados neste estudo, pode-se destacar, primeiramente, a relação entre a classe, em que um indivíduo está inserido e a profundidade atingida durante a discussão dos conceitos de alimentos natural e industrializado.

### **5.1. O Conceito de Alimento Natural**

A discussão sobre o conceito de alimento natural, segundo alguns entrevistados especialistas relataram, é nova. É importante ressaltar a relevância desse grupo, já que sua posse de capital cultural é distintamente superior, de acordo com as definições de Bourdieu (2005) a respeito da posse de capital econômico e também de capital cultural, que enfatizam a distinção do alimento como forma ou função na mente das pessoas.

Dessa forma, a maior posse de capital cultural “de origem formal” é que distingue os especialistas em alimentos dos demais entrevistados. Essa afirmação vem justificar também a maior profundidade de discussão atingida por eles. Bourdieu (2005) ainda afirma que a posse de capital cultural leva os indivíduos a manifestarem comportamentos mais tendenciosos ao cuidado com a saúde.

Deduziu-se, entretanto, que mesmo entre os especialistas em alimentos há confusão, discrepância, ou mesmo, incoerência acerca do conceito de alimento natural. Como as respostas se mostraram bastante amplas, houve dificuldade na formulação de um único conceito do alimento natural a partir dessa amostra.

No que concerne os entrevistados não-especialistas, é importante discutir a partir da consideração da classe à qual pertencem. Os entrevistados de classe AB mostraram maior clareza durante a exposição, que pode ser explicada por indícios que refletem o Capital Cultural: aqueles com maior renda terão maiores chances de adquirir esse tipo de informação. O nível sócio-econômico intermediário, C, mostrou-se igualmente intermediário na condição das constatações referentes aos alimentos naturais. As pessoas com maior nível de escolaridade enriqueceram as explicações da classe C. Os comentários da faixa de renda DE são resumidos.

Bourdieu (2005) afirma que a ausência de capital, tanto econômico quanto cultural, leva à priorização da função do alimento e não da forma. Assim, o consumo alimentar dos

indivíduos com restrições financeiras são inclinados à aquisição de alimentos que dêem força e mantenham o vigor físico para as pesadas atividades diárias; estão também mais ligados ao consumo hedônico de alimentos.

Muitos dos entrevistados referiram-se aos alimentos naturais utilizando referências a alimentos saudáveis, fato igualmente registrado em arquivos históricos dessa crença. Messer (1995: 50) relata que a maioria dos casos de menção a comidas saudáveis, fazem uso, na verdade, de conceitos relativos a alimentos naturais.

Seguindo as tendências das categorias apresentadas pelos consumidores não-especialistas, pode-se propor um padrão de alimento natural: **aqueles alimentos brutos (FLV), percebidos como saudáveis desde que não tenha sido cultivado através do uso de produtos químicos, e que não passaram por processo de industrialização.**

Outros pontos importantes precisam ser lembrados. A associação entre o caseiro e os alimentos familiares, os quais são tidos como mais saudáveis e, conseqüentemente, naturais. Os hábitos alimentares cultivados em determinada classe levam os indivíduos a valorizar os efeitos de determinados alimentos, ou a ausência deles (dieta), na busca por aparência saudável e esbelta. Não se pode esquecer do papel da mídia como difusora mais da publicidade das empresas agroindustriais do que dos hábitos alimentares que os nutricionistas aconselham.

Reforçando essa idéia, todos os entrevistados, de todas as classes, disseram que percebem que muitos produtos são vendidos como naturais e na verdade não o são. Através desses relatos nota-se a latente desconfiança do consumidor para com as Instituições, o que vem fortalecer o propósito desse estudo no sentido de alertar para a necessidade de Legislação e Fiscalização para os produtos denominados naturais.

## 5.2. O Conceito de Alimento Industrializado

Ao todo, dos nove especialistas questionados, surgiram oito categorias, em sua maioria complementares. Apesar do número de categorias, as respostas sobre os alimentos industrializados parecem um pouco menos discrepantes do que as anteriores.

Alguns dos especialistas consideraram determinados alimentos como sendo naturais e industrializados. Isso porque eles derivam de alimentos naturais, mas de alguma forma são processados. Outra questão interessante é a embalagem, citada por um dos especialistas como sinônimo de industrialização. E, também os compostos químicos, considerados inerentes ao alimento industrializado. Outro tipo de conservação, que também se mencionou foi o processamento térmico.

Quanto aos entrevistados não-especialistas, muitos apontaram mais de uma categoria como resposta. O que pode estar relacionado, quando comparado aos naturais, ao maior conhecimento ou aprofundamento a respeito. Mais uma vez foi encontrado um diferencial na profundidade da discussão apresentada pelas classes de maior poder aquisitivo. Pode-se, pois, sinalizar que as respostas obtidas acerca de alimentos industrializados pelas classes AB e C são bem similares. No entanto, a maior parte dos indivíduos da classe C citou somente a televisão como forma de adquirir conhecimento sobre alimentos industrializados, o que mostra que o número de fontes de informação, e também de Capital cultural, comparado à classe AB, é menor. A classe DE precisava de questionamentos que a estimulasse e, se possível, exemplificações. As mulheres das classes DE apresentaram conceitos mais

elaborados, em relação aos homens da mesma classe, ao conceituar alimento industrializado.

Como proposta de conceito de alimento industrializado a partir da perspectiva dos consumidores, tem-se: **aquele que passou por processamento, industrial (larga escala) ou não (processamento doméstico), contendo elementos químicos e percebido como menos saudável que o natural.**

A mídia, no papel de repassar informações a respeito de alimentos industrializados, obteve destaque tanto positivo quanto negativo. Muitos a apontaram como forma de informação fidedigna, outros, no entanto, disseram servir apenas para desinformar. Como sintoma também social alguns relataram que nos dias atuais é imprescindível não utilizar produtos industrializados. Após dizer as influências para a conceituação alimento industrializado, percebeu-se que muitos observam os alimentos industrializados como negativos, na verdade a grande maioria.

## 6. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Fatores complicadores na formulação dos conceitos são a complexidade e a fragmentação dos estudos científicos que abordam o alimento. Assim, como já mencionado, as Ciências Econômicas, a Antropologia, a Sociologia e a Psicologia pesquisam o alimento a partir de sua própria perspectiva. Como limitação desta pesquisa é apontada a dificuldade dos consumidores em formar e expressar um conceito de alimento natural. Um fator que dificultou o aprofundamento do estudo foi a escassa literatura encontrada a respeito dos alimentos naturais e industrializados. Sendo preciso, portanto, a presença maciça de pesquisas estrangeiras no embasamento teórico.

Como contribuição acadêmica aponta-se a chegada, mesmo em nível preliminar, a uma definição de alimento natural e de alimento industrializado, sob a perspectiva de especialistas e também de consumidores, realizada empiricamente, o que não existia anteriormente. A contribuição sob a perspectiva gerencial dessa pesquisa tem o objetivo de sinalizar qual é a compreensão ou entendimento que o consumidor tem das categorias natural e industrializado, para que as empresas possam desenvolver estratégias de mercado (desenvolvimento de produtos e de comunicação) a respeito desses dois conceitos que são formados pelos consumidores.

Propõem-se futuros estudos que realizem pesquisas exploratórias, ampliando assim o acervo teórico disponível. Assim como também estudos empíricos, de amostragem estatisticamente definida, que comprovem que as categorias, neste estudo estabelecido, realmente se aplicam ao contingente universal.

## 7. BIBLIOGRAFIA

- ARNAIZ, M. G.** *Em direção a uma Nova Ordem Alimentar?* In: CANESQUI, A. M.; DIEZ GARCIA, R. W. (orgs.). Antropologia e nutrição: um diálogo possível. Rio de Janeiro: Editora FIOCRUZ, 2005.
- BLEIL, S. L.** *O padrão alimentar ocidental: considerações sobre a mudança de hábitos no Brasil.* Cadernos de Debate, v. 6, p.1-25, 1998.
- BOURDIEU, P.** *A economia das trocas lingüísticas: o que falar quer dizer.* São Paulo: Editora EDUSP, 1998.
- BOURDIEU, P. A.** *Economia das trocas.* São Paulo: Editora Perspectiva, 2005.

**BRASIL.** *DECRETO-LEI Nº 986, de 21 de outubro de 1969.* Institui normas básicas sobre alimentos. Diário Oficial, Brasília. Disponível em: <[https://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/decreto-lei/Del0986.htm](https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/decreto-lei/Del0986.htm)>.

**CANESQUI, A. M.** *Comentários sobre os Estudos Antropológicos da Alimentação.* In: CANESQUI, A. M.; DIEZ GARCIA, R. W. (orgs.). *Antropologia e nutrição: um diálogo possível.* Rio de Janeiro: Editora FIOCRUZ, 2005.

**CANESQUI, A. M.; DIEZ GARCIA, R. W.** (orgs.). *Antropologia e nutrição: um diálogo possível.* Rio de Janeiro: Editora FIOCRUZ, 2005.

**CONTRERAS, J.** *Alimentación y cultura: Necesidades, gustos y costumbres.* Barcelona: Universitat de Barcelona, 1995.

**GOFTON, L.** *The rules of the table: Sociological factors influencing food choice.* In: RITSON, C.; GOFTON, L.; MCKENZIE, J. (Ed.) *The food consumer.* Barcelona: Universitat de Barcelona, 1995.

**HÉRNANDEZ, J. C.** *Patrimônio e Globalização: o caso das culturas alimentares.* In: CANESQUI, A. M.; DIEZ GARCIA, R. W. (orgs.). *Antropologia e nutrição: um diálogo possível.* Rio de Janeiro: Editora FIOCRUZ, 2005.

**MESSER, E.** *Perspectivas antropológicas sobre a dieta.* In: CONTRERAS, J. *Alimentación y cultura: Necesidades, gustos y costumbres.* Barcelona: Universitat de Barcelona, 1995.

**OLIVEIRA, S. P.; THÉBAUD-MONY, A.** *Modelo de consumo agro-industrial: homogeneização ou diversificação dos hábitos alimentares?* Cadernos de debate, Campinas, v.9, p.1-13, 1996.

**PONS, S. C.** *Pontos de partida teórico-metodológicos para o estudo sociocultural da alimentação em um contexto de transformação.* IN: CANESQUI, A. M.; DIEZ GARCIA, R. W. (orgs.). *Antropologia e nutrição: um diálogo possível.* Rio de Janeiro: Editora FIOCRUZ, 2005.

**POULAIN, J.; PROENÇA R. P. C.** *Reflexões metodológicas para o estudo das práticas alimentares.* Campinas: *Rev. Nutr.*, v.16, n.04, out./dez. 2003, p. 365-86.

**ROZIN, P.; SPRANCA, M.; KRIEGUER, Z.; NEUHAUS, R.; SURILLO, D.; SWERDLIN, A.; WOOD, K.** *Preference for natural: instrumental and ideational/moral motivations, and the contrast between foods and medicines.* *Appetite*, v.43, p.147-54, 2004.

**WARDE, A.** *Consumption, Food & Taste.* London: SAGE, 1997.