

## **A Influência da Globalização na Cultura Alimentar**

Camila dos Santos Teixeira – Mestre Acadêmico em Administração

Universidade do Grande Rio – PPGA/ECSA - RJ / Brasil

camilateixeira.adm@gmail.com

### **Resumo**

Este trabalho teve a intenção de refletir e problematizar, através de ensaio teórico, a mudança na cultura alimentar sofridas pelas crescentes transformações nos hábitos alimentares ocasionados pela globalização no mundo contemporâneo. Justifica-se a importância desse estudo por assumir um destaque nas questões levantadas dentro do campo de cultura e consumo. Baseada numa perspectiva de compreensão do consumo como atividade social imersa em significados, onde os significados dos alimentos passam a ser compreendidos a partir da forma com que os consumidores os compreendem e compartilham no mundo globalizado. Verifica-se que o tema abordado é um reflexo de um contexto histórico-social, portanto esse trabalho propõe-se a refletir e problematizar as implicações sociais que é a influência da globalização na cultura alimentar. Este trabalho está ancorado em teóricos que discutem sobre o assunto e o aprofundamento do tema está associado numa abordagem sociocultural sistematizando o pensamento de diversos teóricos, a temática está ligada as transformações no modo de vida dos indivíduos por consequência da globalização. No presente ensaio teórico, além da discussão a respeito da cultura alimentar e o consumo de alimentos que é apresentado no campo dos estudos de consumo, foi levantado uma literatura sobre globalização e industrialização. Para tanto, o trabalho procura situar o leitor quanto ao conceito de globalização, a relação entre globalização e consumo de alimentos e abordaremos nas considerações finais uma discussão sobre essas transformações culturais alimentares na contemporaneidade.

**Palavras-chave:** Cultura Alimentar; Globalização; consumo de alimentos; Industrialização.

**Área Temática:** Marketing

### **1 Introdução**

Este artigo se propõe a refletir e problematizar a influência da globalização na cultura alimentar. No mundo contemporâneo é possível identificar mudanças na cultura alimentar por consequência da preocupação com a saúde, falta de tempo e pelas crescentes transformações nos hábitos alimentares ocasionadas pela globalização.

Para tanto, a alimentação é um fenômeno coletivo, além de ser uma necessidade biológica humana, que é culturalmente influenciado e vivenciado pelo indivíduo a partir de seu corpo. No suprimento dos alimentos são constituídas relações dos indivíduos entre si e com o ambiente social. Tais interações sofrem transformações em virtude do trabalho humano e das aplicações das tecnologias na produção dos meios de sobrevivência e das trocas subsequentes (CANESQUI, 2005). A globalização tem efeitos diretos sobre o consumo de alimentos e a alimentação envolve dimensões biológicas, sociais e culturais.

O modo de se alimentar caracterizado pelo estilo de vida contemporâneo, marcado pela escassez de tempo para o preparo e o consumo dos alimentos, levando as pessoas a procurarem os alimentos do tipo *fast-food*, que empregam técnicas de conservação e preparo, juntando menor tempo e trabalho, porém existe uma parte da população que desperta para os aspectos da saúde, optando por uma alimentação mais saudável não deixando que a industrialização e as intensas transformações afetem seus modos de vida. O objetivo deste trabalho é refletir e problematizar como a globalização tem influenciado na cultura e no consumo alimentar.

A estrutura do trabalho é composta por cinco seções. As duas seções que sucedem a introdução apresentam explorações teóricas breves sobre a globalização, a cultura alimentar e o consumo de alimentos. A quarta seção mostra a influência que a globalização tem no consumo e na cultura alimentar e, finalmente, as considerações finais que encerram o trabalho.

## 2 A Globalização

Para compreendermos a relação entre a globalização e o consumo de alimentos é necessário compreender também o conceito de globalização que para Clegg et al (1998), é um conjunto de mudanças nos padrões tradicionais de produção, investimentos e comércio internacionais, que de forma popular podemos dizer que é ausência de fronteiras e barreiras para o comércio entre as nações, produzindo uma tendência mundial de homogeneidade e uniformidade.

A globalização apresenta um cenário transformador, Brum (2002) afirma que a globalização abre oportunidades de inovações tecnológicas úteis para a satisfação e evolução da espécie humana como um todo. Portanto é importante uma mudança de paradigma a fim de compreender essa nova realidade contemporânea (Santos, 1997, p. 48), redefinindo a noção de tempo e consequentemente inserindo novas práticas de consumo.

De acordo com Siqueira e Pereira (1998) o processo de globalização está trazendo profundas transformações para as sociedades contemporâneas. Juntamente com a Globalização inicia-se um amplo processo de transformações sociais e este traz uma diversidade a níveis culturais.

Há uma grande transformação no mundo, entre as quais, as mais nítidas são os fenômenos da globalização e da industrialização, estes atuam diretamente nos hábitos e nos estilos de vida de cada de individuo, pode-se ver um reflexo da globalização nos hábitos e nas práticas alimentares.

## 3 Cultura Alimentar e Consumo de Alimentos

A compreensão a respeito do alimento não se restringe aos aspectos nutricionais, uma vez que está profundamente relacionada a aspectos culturais. Como colocam Maciel e Castro (2013, p.322), a alimentação une de forma inequívoca aspectos biológicos e fisiológicos a aspectos culturais. Lévi-Strauss (2004) mostrou o quanto o estudo do alimento pode contribuir para a compreensão das sociedades. Para Mauss (1974), a alimentação configura o “fato social total”, uma vez que envolve vários níveis de realidade e múltiplas dimensões (econômica, política, social, demográfica, cultural).

DaMatta (1984) apresentou uma compreensão a respeito da alimentação baseada na distinção entre alimento, o que é ingerido para manter o organismo vivo, e comida, o que se

come com prazer, em companhia de outras pessoas. Para o autor, a comida define não apenas a substância (alimento), mas também um modo de alimentar-se: “o jeito de comer define não apenas aquilo que é ingerido como também aquele que a ingere” (DAMATTA, 1984, p.56). Assim, DaMatta (1984) propõe que a comida está associada aos costumes, às classes sociais e às formas de identificação dos sujeitos.

A escolha dos alimentos, o modo de prepara-los e a forma de consumi-los estão diretamente ligados à identidade cultural do indivíduo, coletivamente construída e compartilhada (Patriota, 2002). Como observado por Casotti et al. (1998), antes do indivíduo ingerir qualquer alimento, ele tem que ser capaz de reconhecê-lo, identifica-lo, entender o seu lugar social e classifica-lo como apropriado ou não. Para Cascudo (1983) os cardápios se montam e se estabelecem coletivamente e são pouco alterados ao longo do tempo por observações nutricionais ou preocupações a respeito de equilíbrio energético ou proteico. O indivíduo preserva sua alimentação porque está preso a um hábito construído em experiências socioculturais baseadas em sabor, custo, acessibilidade ou conveniência do alimento (CASCUDO, 1983).

Os hábitos e os aprendizados adquiridos ao longo da vida exercem uma influência muito grande sobre as práticas alimentares de cada indivíduo. Comer tem uma ligação intrínseca e direta com aspectos emocionais do indivíduo (CASOTTI; THIOLENT, 1997), práticas religiosas e processos de aculturação (ERGIN; KAUFMAN-SCARBOROUGH, 2010) e colonização via mercado (FONSECA, 2005). Não por acaso, experiências de consumo de alimentos diferentes estão associadas a situações de viagens e a eventos coletivos, momentos nos quais o indivíduo se sente pressionado a entrar em conformidade com o ambiente social, conforme apontado por Veeck (2004). O consumidor atribui significados ao alimento, que passa a ter a função de auxiliar a auto definição de sua identidade (HAUSSMAN, 2005).

A importância de se compreender os significados do alimento também foi apontada por Fonseca (2008). O autor defende que o estudo das aparentemente triviais práticas de consumo de alimentos é relevante para o campo da cultura e consumo, uma vez que essa prática envolve projetos identitários do consumidor e as culturas de mercado, além de padrões sócio-históricos de consumo e ideologias de mercado.

Além disso, o mercado de alimentos está crescendo e se expandindo a cada dia e as indústrias de alimentos investem cada vez mais em propagandas, pois surge um novo perfil de consumidor que vem exigindo alimentos mais equilibrados. As empresas alimentícias tem que ter uma preocupação em atrair os clientes não só pela propaganda, mas pelo o que o produto irá trazer de retorno e de benefícios para o consumidor. (TEIXEIRA, 2015, p. 21). Segundo Marins *et al.* (2011, p. 3874) “um novo perfil de consumidores, preocupados com a estreita relação alimentação-saúde-doença, vem exigindo das indústrias alimentícias novas estratégias de mercado”.

Já Steenkamp (1993) discute uma abordagem voltada para o comportamento do consumidor de alimentos, o autor propõe uma taxonomia dos três determinantes mais relevantes do comportamento do consumidor de alimentos: os fatores relacionados ao próprio indivíduo, a propriedade dos alimentos e os fatores do ambiente. A alimentação exerce um papel central na vida dos consumidores, porém a alimentação é fonte de experiências hedônicas e de nutrição, além de suas funções sociais e culturais, possuem uma considerável importância econômica desde uma parte importante do orçamento familiar que é alocada para a compra de alimentos (STEENKAMP, 1993).

#### 4 A Globalização e o Consumo de Alimentos

A globalização traz para a sociedade novas práticas de consumo de alimentos e isso é decorrente do crescente número de alimentos industrializados e principalmente da alimentação do tipo *fast-food*. De acordo com Casotti e Thiollent, (1997) a indústria de alimentos começa a se movimentar e alimentos com novos atributos nutricionais começam a ser produzidos com as mais diferentes finalidades. Como já demonstrado por Garcia (2003), a sociedade moderna tem acesso aos alimentos determinado por uma estrutura socioeconômica envolvendo as políticas econômicas, sociais, agrícola e agrária. Portanto, o consumo e as práticas alimentares são fatores determinantes culturais e psicossociais e são determinados pela condição da classe social.

Podemos destacar que para a antropologia, a cultura pode ser entendida como um *sistema simbólico*, bem como um conjunto de mecanismos de controle, planos, receitas, regras e instruções que conduzem a conduta humana. Esses símbolos e significados são compartilhados entre os membros do sistema cultural, adotando um caráter público e, portanto, não individual ou privado (BRAGA, 2004, p. 38). A cultura pode ser vista como um sistema simbólico e diante dessas afirmações pode-se assegurar que os hábitos alimentares fazem parte de um sistema cultural repleto de símbolos, significados e classificações, de maneira que nenhum alimento pode estar livre de algumas associações culturais que é atribuída pela sociedade, portanto, nesse sentido pode-se dizer que essas associações determinam aquilo que o indivíduo come e bebe e também o que é comestível e o que não o é (BRAGA, 2004, p. 39).

Com base em Banerjee e Linstead (2001) os aspectos econômicos, políticos, sociais e culturais estão cada vez mais globalizados e com isto temos o surgimento de um padrão que pode ser chamado de cultura global que é determinado por um processo de transformação para uma cultura de consumo, porém está sendo trazida por uma nova realidade para sociedade cultural através do multiculturalismo, ou seja, da diversidade na cultura.

Nesse contexto de transformação percebe-se um ciclo de mudanças claro como o extermínio de economias tradicionais e iniciação de uma economia monetária; introdução massiva de métodos e produtos novos para exportação, com consequências catastróficas para os cultivos alimentares naturais; importação de alimentos mais caros, mais refinados e menos completos, mas de grande prestígio social; inclusão desses novos produtos a vida urbana dos centros de bem-estar e poder, os quais correspondem exatamente ao destino dos imigrantes expulsos de suas terras de cultivo. (PONS, 2005, p. 101).

Encontramos grandes problemas ligados à alimentação nos diversos cantos do mundo e isso se dá por uma profunda transformação cultural. Com a globalização, temos uma perda na identidade cultural alimentar, pois se aumenta consideravelmente a produção e o consumo de alimentos modificados e industrializados. Um exemplo bem claro é o aumento no consumo de produtos industrializados e também da alimentação do tipo *fast-food* que pode estar relacionado à falta de tempo que as pessoas possuem para se alimentar, já que cada vez mais as pessoas não dão prioridade a uma boa alimentação.

Essas mudanças que atingem os hábitos alimentares trazidas pela globalização não ocorrem apenas em países industrializados, mas também em âmbito mundial.

Como já apontado por Hernández *et al* (2005), pode-se encontrar na origem do processo de homogeneização alimentar uma evolução, ou seja, um progresso nos modos de vida e nas atividades menos produtivas. Encontra-se uma mudança na vida social e econômica das pessoas que está associado ao desenvolvimento dos salários e no papel da mulher

desempenhado na sociedade e no mercado de trabalho que muda da produção doméstica alimentar para o sistema de mercado. Com isso, essas mudanças estão ligadas ao aumento no nível de vida e isso pode ser considerado um exemplo de mudanças sofridas nos hábitos alimentares, pois a procura de produtos industrializados e da alimentação do tipo *fast-food* tem aumentado gradativamente por serem alimentos mais rápidos e que não trazem nenhum trabalho e perda de tempo no momento do seu preparo.

Esse processo de homogeneização é caracterizado pelo processo de globalização, pois com ele é trazido um desaparecimento das produções de caráter local e perda de identidade cultural. A sociedade era mais agrícola e de subsistência do que industrial. Perde-se um pouco da identidade cultural quando no caso do Brasil trocamos com muita frequência um prato de arroz com feijão por um alimento industrializado. Conforme Casotti e Thiollent (1997), as informações que chegam aos consumidores sobre alimento saudável, estão criando certa confusão, ao mesmo tempo em que há conscientização a respeito das consequências que alguns alimentos trazem a saúde, muitos ainda apresentam resistência quanto a ideia de que certas vitaminas e vegetais podem prevenir doenças e prolongar a vida.

E como já apontado por Boaventura (2006), dentro do processo de globalização temos um segundo processo que é chamado de globalismo localizado e este é constituído pelo impacto de práticas e imperativos transnacionais nas condições locais e são desestruturados e reestruturados de modo a responder a esses imperativos, ou seja, o globalismo localizado inclui a eliminação do comércio tradicional e a agricultura de subsistência. O que prova ainda mais que a industrialização está tendo um crescimento significativo.

Os produtos industrializados passam a reger cada vez mais a alimentação humana e isso é consequência das fortes estratégias<sup>1</sup> de marketing utilizadas pelas empresas agroalimentares e não pelas práticas tradicionais, pelas experiências racionais e pela cultura.

Apesar dessa forte intervenção da publicidade de alimentos sobre o consumo, existe um conjunto de fatores que podem ser detectados e que levam para essas grandes linhas de transformações como: A crise crônica na disponibilidade de alimentos, programas de ajuda alimentar em situação de crise aguda, transformações tecnoecológicas na produção de alimentos, Transformação sociocultural induzida por intervenções de iniciativa socio sanitária, industrialização e urbanização e migrações. (PONS, 2005, p. 105). Dentro dessa linha de transformações e de modificações no âmbito alimentar existem muitos fatores que contribuem para que essas mudanças aconteçam.

O modelo de sociedade que está relacionada ao hiperconsumo de produtos industrializados foi de certa forma originada e desenvolvida nos EUA e tem se expandido pelo mundo, porém algumas pessoas e principalmente os nutricionistas rejeitam esse tipo de alimentação por estes não serem indicados para o consumo constante, pois os padrões nutricionais não são indicados por serem muito calóricos e por terem uma parcela de culpa no aumento do índice de obesidade em vários países.

Como já demonstrado por Hernández *et al* (2005), o consumo dos alimentos industrializados tem aumentado cada vez mais e isso acontece pelo controle das grandes empresas agroalimentares que detém os processos de produção e de distribuição dos alimentos e este consumo aumenta não só em quantidade e variedade, mas também na porcentagem dos gastos orçamentários domésticos. E a industrialização não está presente somente nos alimentos mais calóricos, mas também nos vegetais, nos legumes e nas frutas para que estes tenham uma maior conservação e uma maior durabilidade. Com isso, temos uma tecnologia alimentar que a cada dia vai avançando e trazendo novidades para o mercado industrial.

Como já mencionado por Hernández *et al* (2005), os consumidores não conhecem tudo sobre a evolução das inovações tecnológicas dos alimentos, pois a alimentação se modificou profundamente e a sociedade não sabe que nesse quadro evolutivo os papéis das indústrias alimentares apresentam-se de forma dual. As empresas se apresentam de forma natural, ou seja, precisam manter essa aparência para que os consumidores não tenham medo de consumir, pois estes produtos industrializados são rotulados por parte da sociedade como perigosos e não benéficos para a saúde, sendo que por outro lado as indústrias alimentares são artificiais e não totalmente naturais e por isso essa dualidade.

Ainda conforme conclusões de Casotti e Thiollent (1997), embora o assunto alimento associado a saúde ocupe espaço cada vez maior nos meios de comunicação e nas prateleiras dos supermercados, as empresas parecem ainda tímidas em suas práticas e algumas pessoas ficam desconfiadas com essas práticas, pois não entendem até que ponto as indústrias estão preocupadas com os consumidores. Será que a tecnologia não está mais preocupada com o menor custo do produtor, do transportador e dos revendedores?

Podemos perceber que a artificialidade dos produtos trazem problemas ao consumidor e não somente problemas ligados à saúde, mas também no prazer de comer que pode estar relacionado na falta de sabor, nas mudanças e nas alterações que os alimentos sofrem com tanta tecnologia.

Não se pode concluir que o desenvolvimento tecnológico está somente preocupado com o menor custo do produtor, do transportador e dos revendedores, mas se pode dizer que tem uma maior parcela de preocupação com as necessidades das potências predominantes que envolvem o capitalismo global, e isso mostra que se tem uma preocupação maior com estas potências do que com o próprio consumidor ou sociedade.

Dentro da esfera do desenvolvimento tecnológico que está ligado diretamente à globalização como mencionado por Banerjee e Linstead (2001), o capitalismo global pode ser considerado um processo de desculturação e aculturação dentro do processo de globalização, pois o capitalismo global atende as necessidades das potências ocupantes. Nesse mesmo discurso a democracia é conceitualizada como capitalismo global e a democracia é sustentada por este capitalismo, que transforma os indivíduos em consumidores para proteger o sistema do comércio mundial. Esse discurso esclarece um pouco essa grande preocupação e uma proteção com o mercado mundial do que com os próprios consumidores.

Como já apontado por Garcia (2003), a industrialização e a globalização da economia vem atuando com um papel importante, pois existe uma grande variedade de produtos e serviços que estão distribuídos em âmbito mundial e com um forte investimento na publicidade pelas indústrias de alimentos. Essas indústrias estimulam as pessoas a consumirem cada vez mais alimentos industrializados, pois garantem alimentos mais saborosos e com mais rapidez.

A globalização exerce um grande papel nas mudanças nas práticas alimentares. A praticidade, a falta de tempo, a publicidade podem ser considerados pontos fortes para a mudança dos hábitos alimentares e isso faz com que sejam incorporados pelas indústrias de novos alimentos, novas formas de consumo e de preparo do alimento.

Como já demonstrado por Garcia (2003), a resistência aos alimentos industrializados também pode ser encontrada no mundo globalizado, pois envolve uma cultura, uma identidade construída e práticas que já foram estabelecidas e valorizadas. Apesar de a globalização trazer consigo o multiculturalismo e a vontade de fazer parte do outro e pode-se usar como exemplo específico o Brasil que possui uma diversidade cultural, já que o brasileiro tem uma facilidade de absorver práticas de outros países como a cultura americana e a européia por serem referências no âmbito mundial.

As pessoas cada vez mais tem plena consciência de que estão se afastando de sua cultura de uma forma geral e que estão perdendo um pouco ou até mesmo uma grande parte de sua identidade cultural. Os países participam de uma economia global ocasionando mudanças nos comportamentos e nos padrões culturais.

Um aspecto já mencionado por Banerjee e Linstead (2001), é a relação de poder que é exercida na globalização. Um bom exemplo é o colonialismo, a política de exercer o controle ou autoridade sobre um território. Esse tipo de prática continua atualmente firme no Terceiro Mundo através das culturas de agricultura, urbanização e do uso da terra para a industrialização. Os benefícios de esta forma de crescimento econômico são voltados para quem detém o poder. E muitas vezes o crescimento econômico é um processo impetuoso, pois muitas pessoas dependem da terra para o seu sustento, ou seja, a industrialização não é benéfica para estas pessoas.

Nessa mesma linha, encontramos tendências nas sociedades de consumo derivados da globalização. Como já destacado por Proença (2010), a industrialização traz uma série de fatores que contribuem para novas formas de se alimentar e de se comportar mediante as novas tendências. Esses fatores são: uma maior valorização de se alimentar fora de casa, porém muitas pessoas não possuem outra opção por trabalharem longe de casa; a autonomia em relação à diversidade cultural que traz uma quebra com as tradições e os padrões culturais; a conveniência que está intimamente ligado ao que se tem mais rápido e com mais disponibilidade para se alimentar; uma grande desestruturação alimentar; a valorização apenas do mundo moderno, ou seja, o cosmopolitismo e; uma maior preocupação com a saúde e com o equilíbrio alimentar. Esses dois últimos fatores mostram que mesmo com a industrialização dos alimentos apesar de se ter poucas variedades ainda existe a possibilidade de se alimentar com qualidade e com segurança.

Em contrapartida, todos os outros fatores trazem modificações na cultura alimentar, afetando a qualidade da alimentação. O aumento na frequência da alimentação feita fora de casa e a preferência pela compra de alimentos prontos em mercados e uma maior tendência da alimentação do tipo *fast-food* são fatores que favorecem a diversificação dos padrões de vida e o consumo de alimentos industrializados que são consequência da Globalização.

A cultura da alimentação do tipo *fast-food* mostra-se como uma tendência que se apresenta como uma realidade combinada com o pensamento moderno global. As predileções pela variedade existente no mercado de consumo, em detrimento da qualidade e do sabor acabam ocasionando à ausência de uma tradição local ligada a cultura alimentar favorecendo assim produtos de status que influenciam os hábitos de consumo da população.

Como já abordado por Banerjee e Linstead (2001), a globalização traz como resultado o surgimento de uma cultura global. Os consumidores contemporâneos e os mercados globais são criados através da interligação da economia com a cultura. Essa temática está sendo articulada em âmbito da globalização cultural, pois a globalização ocasiona de certa forma a homogeneização.

A cultura global relacionada com a alimentação pode ser analisada sob várias perspectivas. Como já mencionado por Oliveira e Thébaud-Mony (1997), existe uma perspectiva econômica, onde temos uma relação entre a oferta e a demanda, os custos dos alimentos e a renda dos indivíduos que constituem a sociedade e estes podem ser considerados como os principais componentes; uma perspectiva nutricional voltado para o que constitui os alimentos; uma perspectiva social, que está ligada as associações que os indivíduos fazem de trabalho com a alimentação, os estilos diferentes de vida e a forma de consumir; a perspectiva cultural, que está relacionado aos hábitos alimentares, às tradições

locais, as práticas de consumo, as preferências e o significado que as pessoas dão ao se alimentar.

Todas essas perspectivas quando são reunidas mostram que afetam vários fatores, ou seja, a globalização quando atinge a cultura alimentar ela afeta os fatores econômicos, sociais, nutricionais e culturais.

O processo de globalização afeta as tradições alimentares e de certa forma o patrimônio cultural, e por mais que este processo tenha surgido há décadas este vêm atingindo com maior intensidade o mundo contemporâneo. A globalização corresponde a um processo dinâmico e de interação com o mundo.

O mundo global traz bastantes benefícios também para as nações, pois temos uma expansão dos mercados alimentícios e das empresas transnacionais gerando um aumento no fluxo de capitais e de produtos variados pelo mundo. Este processo faz com que os países emergentes possam participar de forma ativa no sistema econômico mundial através das trocas.

A industrialização dos alimentos para alguns também é algo benéfico, pois as pessoas procuram praticidade e conveniência como já citado, pois por terem uma vida corrida e por terem pouco tempo para se alimentar priorizam os alimentos industrializados e a alimentação do tipo *fast-food*.

Como já mencionado a globalização influencia bastante na cultura e nos hábitos alimentares da sociedade. Pode-se perceber que temos um aumento contínuo no consumo de alimentos industrializados e uma redução no consumo de alimentos tradicionais. Temos um forte investimento em publicidade pelas empresas que atuam nesse ramo e conseqüentemente fazem com que haja esse aumento no consumo dos alimentos industrializados.

As inovações tecnológicas na área de alimentação vêm crescendo cada vez mais e permite a expansão do mercado e as interações entre os países de todo o mundo. A globalização atinge muito além da cultura alimentar dos países, mas também todas as áreas da sociedade, porém o nível de intensidade que os países são atingidos pelo mundo global é distinto, pois depende da integração e o desenvolvimento dos países.

## 5 Conclusões

No presente trabalho, as relações entre globalização e cultura alimentar transcorrem pela compreensão de uma homogeneização das culturas alimentares, ou seja, da padronização nos modos de vida, das práticas e hábitos alimentares com base em uma referência dominante, sendo assim diminuindo os valores tradicionais de cada cultura. Nesse contexto, vários indivíduos culpam o fenômeno da globalização de ser um sistema cruel, já que a globalização não se democratiza completamente e só alcança as esferas influentes economicamente no mundo e nas sociedades.

Porém, antes de chegarmos a alguma conclusão categórica sobre as culturas alimentares e suas mudanças na mundialização das sociedades, é imprescindível atentar-se aos fatos e informações, ininterruptamente com a preocupação de entender os fatores contemporâneos da sociedade, sem sobrepor os valores tradicionais que são verdadeiramente indispensáveis.

Para finalizar, percebe-se uma grande tendência no processo de globalização, uma vez que se expandem as variedades dos alimentos, porém temos outro lado que está relacionado com a redução, sendo que temos uma circulação de alternativas alimentares que são próprias da globalização. As modificações na alimentação precisam ser atingidas no contexto

sociocultural. As tendências no comportamento das pessoas estão relacionadas com a alimentação na sociedade de consumo nos países industrializados, como já foi citado no trabalho anteriormente, com isso, temos um conjunto de tendências relacionadas à preocupação com a saúde, a falta de tempo e as crescentes transformações nos hábitos alimentares ocasionadas pela globalização.

Diante das transformações causadas pela globalização, a alimentação passou e continua passando por modificações que afetam a qualidade dos alimentos produzidos e industrializados. Sendo assim, a globalização tem uma grande contribuição para as novas formas de consumo alimentar, acarretando novos padrões alimentares, novos costumes, hábitos e práticas alimentares.

Diante do exposto, podemos perceber que o comportamento do consumidor vem sofrendo alterações e que as pessoas tem uma facilidade de aderir a novos hábitos e costumes alimentares de outros países e, que os produtos industrializados têm adquirido um espaço no dia a dia das pessoas.

O objetivo deste trabalho foi refletir e problematizar como a globalização tem influenciado na cultura de consumo alimentar, mas essa questão não se encerra aqui. Há muito a se discutir em relação da influência da globalização na cultura alimentar.

## Notas

<sup>1</sup> “Essas estratégias apresentam uma dimensão ‘multinacional’ e/ou ‘global’, afetando também os países do Terceiro Mundo, onde os maiores ou menores efeitos dependem, em certa medida, das diferentes comunidades que se incorporam à economia monetária, e as mudanças introduzidas nos modos de produção pressupõem a menor dedicação à terra e ao trabalho para subsistência e maior cultivo comercial.” (MANDERSON, 1988 *apud* HERNÁNDEZ *et al*, 2005, p. 133)

## Referências

BANERJEE, S. B.; LINSTEAD, S. Globalization, Multiculturalism and Other Fictions: Colonialism for the New Millenium? **Organization articles**, London, v.8, n.4, p. 683-722, 2001.

BOAVENTURA, S.S. (2006). Globalizations. *Theory, Culture & Society*, 23(2-3), pp. 393-398.

BRAGA, V. Cultura Alimentar: Contribuições da antropologia da alimentação. **Saúde em Revista**, Piracicaba, v. 6, n. 13, p. 37-44, 2004.

BRUM, A. L. **A economia internacional na entrada do século XXI: transformações irreversíveis**. 2 ed. Ijuí: Unijuí, 2002.

CANESQUI, A. M. (Org.). **Antropologia e nutrição: um diálogo possível**. Rio de Janeiro: FIOCRUZ, 2005.

CASCUDO, L. C. **História da Alimentação no Brasil**. 3 ed. São Paulo: EDUSP, 1983.

CASOTTI, L.; THIOLENT M J. M. Comportamento do Consumidor de Alimentos: Informações e Reflexões. In: ENANPAD 1997, 22, 1997, Angra dos Reis. **Anais...Angra dos Reis: ENANPAD**, 1997.

CASOTTI, L.; RIBEIRO, A.; SANTOS, C.; RIBEIRO, P. Consumo de Alimentos e Nutrição: dificuldades práticas e teóricas. **Revista Cadernos de Debate**, Campinas, v. VI, p. 26-39, 1998.

CLEGG, S. **As organizações modernas**. Oeiras: Celta Editora, 1998.

DAMATTA, R. **O que faz o brasil, Brasil?** Rio de Janeiro: Rocco, 1984.

ERGIN, E.A.; KAUFMAN-SCARBOUGH, C. Examining immigrant turkish household food consumption: consumer insights for food acculturation models. **Advances in Consumer Research**, v.10, p.796, 2010.

FONSECA, M. Understanding consumer culture: the role of food as an important cultural category. **Latin American Advances in Consumer Research**, v.2, p.28-33, 2008.

GARCIA, R. W. D. Reflexos da globalização na cultura alimentar: considerações sobre as mudanças na alimentação urbana. **Revista de Nutrição**, Campinas, v. 16, n. 4, p. 483-492, out./dez. 2003.

HAUSMAN, A. Hedonistic rationality: the duality of food consumption. **Advances in Consumer Research**, v.32, n.1, p.404-405, 2005.

HERNÁNDEZ, J. C. Patrimônio e globalização: o caso das culturas alimentares. IN: CANESQUI, A. M.; GARCIA, R. W. D. (Org.). **Antropologia e nutrição: um diálogo possível**. Rio de Janeiro: Fiocruz, 2005.

LÉVI-STRAUSS, C. **O Cru e o Cozido**. São Paulo: Cosac Naify, 2004.

MACIEL, M.E.; CASTRO, H.C. A comida boa para pensar: sobre práticas, gostos e sistemas alimentares a partir de um olhar socioantropológico. **Demetra**, v.8, n.1, p.321-328, 2013.

MARINS, B. R.; ARAUJO, I. S.; JACOB, S. C. A propaganda de alimentos: orientação, ou apenas estímulo ao consumo?. **Ciência & Saúde Coletiva**. Rio de Janeiro, v. 16, n. 9, p. 3873-3882, set. 2011.

MAUSS, M. Ensaio sobre a dádiva, forma e razão nas sociedades arcaicas. In: MAUSS, M. **Sociologia e Antropologia**. São Paulo: EDUSP, 1974.

OLIVEIRA, S. P.; THÉBAUD-MONY, A. Estudo do consumo alimentar: em busca de uma abordagem multidisciplinar. **Revista de Saúde Pública**. São Paulo, v. 31, n. 2, p. 201-208, abr. 1997.

PATRIOTA, L. M. Cultura, identidade cultural e globalização. **Qualit@ s Revista Eletrônica**. João Pessoa, v. 1, n. 4, p. 1-9, ago. 2002.

PONS, S. C. I. Pontos de partida teórico-metodológicos para o estudo sociocultural da alimentação em um contexto de transformação. In: CANESQUI, A. M. (org.). **Antropologia e nutrição: um diálogo possível**. Rio de Janeiro: Editora Fiocruz, 2005, p.101-128.

PROENÇA, R. P. C. Alimentação e globalização: algumas reflexões. **Ciência e Cultura**. São Paulo, v. 62, n. 4, p. 43-46, out. 2010.

SANTOS, M. **Técnica, espaço e tempo**: globalização e meio técnico-científico. 3.ed. São Paulo: EDUSP, 1997.

SANTOS, B. S. Globalizations. **Theory, Culture & Society**, v. 23, n.2-3, p. 393-398, 2006.  
SIQUEIRA, H. S. G.; PEREIRA, M. A. O sentido da autonomia no processo de globalização. **Revista EDUCAÇÃO**. Rio Grande do Sul, v. 22, n. 2, 1998.

STEENKAMP, J. B. E. M. Food Consumption Behavior. In: European Advances in Consumer Research, 1993, Wageningen. **Anais...** Wageningen: Agricultural University, 1993, v. 1, p. 401-409.

TEIXEIRA, C. S. **Consumo e Práticas Alimentares das Mulheres da Baixada Fluminense e suas Relações com seus Corpos**. 2015. 85 f. Dissertação (Mestrado em Administração) – Escola de Ciências Sociais Aplicadas, Universidade do Grande Rio “Prof. José de Souza Herdy”, Rio de Janeiro, 2015.

VEECK, A. Extreme foods: expanding the boundaries of taste. **Advances in Consumer Research**, v.31, p.554, 2004.