



RELICI

JOGO DE CENA: SISTEMAS DE PRODUÇÃO DE ALIMENTOS, INFLUÊNCIAS E REPRESENTAÇÕES NAS ESCOLHAS ALIMENTARES¹

SCENE GAME: FOOD PRODUCTION SYSTEMS, INFLUENCES AND REPRESENTATIONS IN FOOD CHOICES

Flora Troina Maraslis²

RESUMO³

Definir o que será e o que não será ingerido faz parte das inúmeras escolhas feitas pelo ser humano ao longo da vida. Estas escolhas são influenciadas por diferentes fatores biológicos, psicológicos, culturais e sociais. O modo como os alimentos são produzidos pode ser um desses fatores. Para avaliar como essa influência pode ocorrer, analisou-se as representações sociais sobre os sistemas de produção de alimentos na perspectiva do filme “Nação Fast Food – Uma Rede de corrupção” e do documentário “Comida S.A.”. As representações sociais podem auxiliar no entendimento do comportamento do indivíduo frente a determinado alimento. Compreender os diferentes fatores envolvidos no comportamento do consumidor pode facilitar ações de mudança nos processos produtivos ou de alteração do tipo de produto exposto para venda.

Palavras-chave: produção de alimentos, representações sociais, processos produtivos, cinema, comportamento alimentar.

ABSTRACT

Defining what will and will not be ingested is part of the innumerable choices made by human being throughout life. These choices are influenced by different biological, psychological, cultural and social factors. The way food is produced may be one of these factors. In order to evaluate how this influence can occur, social representations about food production systems were analyzed from the perspective

¹ Recebido em 19/01/2023. Aprovado em 24/01/2023. DOI: doi.org/10.5281/zenodo.7772205

² Universidade Federal de São Paulo. flora.maraslis@unifesp.br

³ Agradecimento: À Professora Dra Cláudia Juzwiak pela proposta de trabalho e sugestões de aprimoramento do texto.



RELICI

of the film "Fast Food Nation" and the documentary "Food, Inc.". Social representations can help in understanding of the individual's behavior towards a particular food. Understanding the different factors involved in consumer behavior may facilitate actions to change production processes or change the type of product being offered for sale.

Keywords: food production, social representations, productive processes, cinema, food behavior.

INTRODUÇÃO

O ser humano, ao longo da vida, faz constantemente escolhas, e o que ingerir e o que não ingerir está inserido neste contexto (PEARSON *et al.* 2014: 950-965). Essa constante busca pelo que comer e não comer reflete a condição onívora do ser humano. Estão envolvidos neste complexo processo de escolha alimentar fatores biológicos, psicológicos, culturais e sociais (FISCHLER 1995: 61-70); podendo estar relacionadas, por exemplo, à disponibilidade do alimento, cultura da sociedade em que o indivíduo está inserido, tradição familiar, religião, saúde, gosto pessoal, condições financeiras, processos de produção dos alimentos, dentre diversos outros fatores. Estas escolhas são influenciadas e moldadas durante a vida de cada indivíduo à medida que se defronta com diferentes situações (JOMORI 2008: 63-73; GALINDO E PORTINHO, 2016: 173-204).

A escassez de alimentos, sem levar em consideração a capacidade de aquisição, que assombrou populações ocidentais em séculos passados, já não assusta mais. No entanto, a inquietação e preocupação com o alimento aparentemente nunca esteve tão em voga, sendo considerado um dos temas problema da atualidade (FISCHLER 1995: 12-13). Com a intenção de trazer o assunto à discussão, este ensaio trata particularmente da influência dos processos de produção de alimentos nas escolhas alimentares, sem ter a intensão de esgotar o tema. Para isso, foi utilizado o cinema como instrumento para discutir o assunto



RELICI

(GUTFREIND 2006: 9). Entendendo que filmes trazem elementos que auxiliam na melhor compreensão da realidade, optou-se pela utilização do filme de ficção “Nação Fast Food – Uma Rede de corrupção”⁴ (título de lançamento no Brasil) (LINKLATER 2006) de 2006, sob direção de Richard Linklater e do documentário Comida S.A.⁵ (título de lançamento no Brasil) (KENNER 2008) de 2008, sob direção de Robert Kenner.

Um filme pode, em parte, representar aspectos da realidade, trazendo para o lúdico, muitas vezes, assuntos cotidianos, intrigantes e desconfortáveis. Diferentemente da intenção de um filme de ficção que parece estar mais focado no contar a história do que no conteúdo em si, o documentário, narrado através da união de declarações, tem a intenção de ser recebido como um fato (SMITH E ROCK 2014: 58-62). Foram escolhidos particularmente estas produções cinematográficas por entender que além de abordagens semelhantes, trazem assuntos complementares, respeitando os diferentes gêneros. O documentário foi elaborado em uma sequência de capítulos, porém optou-se aqui por não seguir a ordem dos acontecimentos expostos tanto no filme quanto no documentário, mas sim, comentar determinadas cenas, para permitir a exposição das ideias de forma mais coerente.

Na tentativa de melhor compreender as atitudes dos personagens do filme e dos participantes do documentário, foi aplicada a teoria das representações sociais (MOSCOVICI 2007: 45-49). Esta versátil e adaptável teoria pode ser considerada, antes de mais nada, como uma teoria do senso comum; como é formado, estruturado e o papel na inserção social do indivíduo. O senso comum é o que normalmente guia o comportamento diário das pessoas e o estudo das

⁴ Título original: *Fast Food Nation*

⁵ Título original: *Food, Inc.*



RELICI

representações sociais fornece elementos que pretendem auxiliar no entendimento das razões que embasaram este comportamento (RATEAU *et al.* 2011: 488-489).

TIPO DE PRODUÇÃO

“Cultivo mais rápido, mais gordo, maior e mais barato”⁶ (45min 02s)
(Kenner, 2008 – tradução da autora)

O documentário, no capítulo “Da semente ao supermercado”⁷, expõe o caso da Monsanto. Desde o início da comercialização pela Monsanto da soja geneticamente modificada resistente ao Roundup®, o plantio desta variedade aumentou de 2% em 1996, para mais de 90% até 2008, nos EUA. Os fazendeiros que antes selecionavam as melhores sementes para o plantio da próxima safra, com a entrada do Roundup da Monsanto e as sementes resistentes a ele, foram proibidos de fazer o armazenamento de sementes. Com as primeiras proibições do armazenamento das sementes, inicialmente os fazendeiros sentiram-se enojados com essa prática, mas ao longo de 11 anos, esse sentimento de algo que era completamente desagradável, passou ao sentimento de aceitação. Mesmo os agricultores que optavam por continuar com o cultivo tradicional, mas que estavam rodeados por plantações de soja geneticamente modificada, caso ocorresse contaminação da cultura com este tipo de semente, eram obrigados a se defender perante a empresa que os acusava de quebra de patente.

Mesmo após duas décadas de utilização ainda há questionamentos com relação às vantagens do uso dos organismos geneticamente modificados (OGM). Apesar do potencial aumento na produtividade das colheitas, os efeitos de longo prazo destas culturas ainda são desconhecidos sobre a saúde ambiental e humana (MORAWICKI E DÍAZ GONZÁLEZ 2018: 194). O trabalho de Tulloch e Lupton

⁶ Título original: “Grow it faster, fatter, bigger, cheaper”

⁷ Título original: “From the seed to the supermarket”



RELICI

(2002: 363-383) ilustra a sensação de incerteza quanto aos OGMs mesmo por aqueles que trabalhavam em empresas de alta tecnologia ou indústrias de ciências.

O receio às diversas novas tecnologias aplicadas a alimentos, como o exemplo dos OGMs, levou ao desenvolvimento e validação da Escala de Neofobia de Tecnologia de Alimentos, ferramenta psicométrica que permite a identificação deste tipo de neofobia (COX E EVANS 2008: 704-710). Utilizando esta ferramenta, Chen (2018) percebeu que os participantes com maior grau de neofobia a tecnologia de alimentos estavam menos dispostos a consumir OGM do que os com menor grau. Com o objetivo de investigar o desejo dos participantes do estudo em experimentar novos alimentos, o autor utilizou as cinco dimensões da representação social descritas por Backstrom e colaboradores (2004: 77-78): suspeita e resistência a novidades, adesão à tecnologia, adesão a alimentos naturais, alimentação por prazer e comer como necessidade. Os participantes com menor grau de neofobia a tecnologia de alimentos estavam menos preocupados com a forma de preparo dos alimentos ou mesmo com o que comem diariamente, aceitando o alimento e a tecnologia como uma necessidade em termos de representação social. Já os participantes com maior grau de neofobia a tecnologia de alimentos, valorizavam alimentos naturais, limpos e sem aditivos, se encaixando na representação social de adesão a alimentos naturais. O estudo de Backstrom e colaboradores (2004: 79) relatou que os participantes que estavam dispostos a experimentar os alimentos geneticamente modificados eram os que demonstravam adesão à tecnologia, e os que desejavam comidas orgânicas adesão a alimentos naturais e alimentação por prazer.

Em “Comida rápida para todas as comidas”⁸ o documentário aborda o atual processo de produção dos alimentos do tipo linha de montagem nas cadeias *Fast*

⁸ Título original: “Fast food to all food”



RELICI

food e os sistemas de produção de carnes de gado, frango e porco, ressaltando a exploração animal e dos trabalhadores, o maltrato aos animais e produção em massa. A maior produção e em menor tempo foi exemplificada no documentário através da fala de um dos fazendeiros entrevistados “se você pode criar uma galinha em 49 dias, por que você iria querer uma que cresce em 3 meses? Mais dinheiro no seu bolso!”⁹.

Em contraste, o capítulo “Na relva”¹⁰ aborda o tipo de produção mais preocupado com o bem-estar animal, saúde ambiental e do trabalhador. O aumento da preocupação do consumidor com o impacto que o alimento gera na saúde humana, social e ambiental, está levando a mudanças em todo o processo de produção dos alimentos (FALGUERA *et al.* 2012: 274-281). Em “Custos Escondidos”¹¹ foi relatado o caso de um consumidor que viajou aproximadamente 5 horas, entre 500 e 600 km para adquirir o produto de uma fazenda que mantinha a produção orgânica e alimentação animal baseada em grama. Considerando as cinco dimensões das representações sociais elaboradas por Backstrom *et al.*, (2004: 77-78) a adesão a alimentos naturais provavelmente foi o que levou este consumidor a buscar o produto desta fazenda, fora do mercado das grandes indústrias.

Em “Custos Escondidos”⁸ e em “Choques ao Sistema”¹² foi enfatizada a ideia de que as escolhas dos consumidores nos supermercados indicam o tipo de produto disponibilizado para venda. As grandes redes oferecem e expõem o que elas entendem que os consumidores desejam. Um exemplo é que com o aumento do consumo de alimentos orgânicos, hoje é possível encontrá-los em grandes redes, como *Wall Mart*. No entanto, conforme observado por Galindo e Portilho (2016: 188-

⁹ No original: “-If you can grow a chicken in 49 days, why would you want one you gotta grow in 3 months? More money in your pocket!”

¹⁰ Título original: “In the grass”

¹¹ Título original: “Hidden costs”

¹² Título original: “Shocks to the system”



RELICI

189), a aquisição e o consumo de determinado alimento não significam necessariamente confiança naquele produto/marca, já que foi associado pelos participantes do estudo o comer, a “jogar com a sorte”, enfatizando o sentimento de insegurança no ato de se alimentar.

CONSEQUÊNCIAS ADVINDAS DA CADEIA PRODUTIVA: IMIGRAÇÃO, CONTAMINAÇÃO E MALTRATO ANIMAL

“Tem excrementos na carne!”¹³ (6min 44s) (Linklater, 2006 - tradução da autora)

O filme aborda a relação da imigração mexicana, trabalho em condições ruins de segurança e produção de alimentos com qualidade questionável. No filme, a mistura de carne para o preparo do hambúrguer era feita com uma parcela de carne nobre e o resto com a carne entremeada em gordura. Nas situações em que ocorriam problemas no corte dos intestinos, a carne era contaminada com coliformes fecais. E mesmo com o conhecimento deste fato, o responsável não fez alteração alguma no processo produtivo para evitar essa situação. No caso, a esteira que passava a peça estava muito rápida, exigindo muita agilidade do trabalhador que poderia errar o corte e contaminar a carne.

O capítulo “Na Relva”¹⁴ mostrou a produção em larga escala no maior abatedouro do mundo, nos EUA, com condições ruins de trabalho, favorecendo o adoecimento dos trabalhadores e o maltrato aos animais. Nessa seção os imigrantes ilegais mexicanos são citados como mão de obra barata e dependente do trabalho, não tendo melhores escolhas.

¹³ Título original: “There is shit in the meat!”

¹⁴ Título original: “In the grass”



RELICI

“Uma cornucópia de escolhas”¹⁵ aborda os diferentes alimentos industrializados formulados a partir do milho, que inclusive é utilizado para alimentar os animais criados no sistema de “Operações Concentradas de Alimentação de Animais”. O milho não é um alimento naturalmente consumido por esses animais, porém o baixo valor do milho e a rápida engorda do animal favoreceram o fornecimento de uma dieta rica baseada nesse cereal. O documentário traz ainda a informação que a dieta rica em milho pode estimular resistência das bactérias ao ácido do estômago, gerando a mutante *E. coli* 0157:H7. Segundo Callaway e colaboradores (2009: 67-74), em revisão da literatura, ainda há controvérsias sobre como a alimentação bovina pode influenciar a quantidade de *E. coli* 0157:H7 presente. O jejum e a alimentação baseada em feno de baixa qualidade podem propiciar o aparecimento desta bactéria, já a substituição de uma dieta a base de ração rica em grãos por uma dieta baseada em feno de alta qualidade a reduz.

A ingestão acidental de *E. coli* 0157:H7 através de água ou alimentos contaminados, como a carne contaminada malpassada, pode levar a sintomas como diarreia, colite hemorrágica, síndrome hemolítica urêmica e nos casos mais graves levar a óbito (WASEY E SALEN 2018). No Japão, a investigação de 21 casos de contaminação por *E. coli* 0157:H7 indicou que a origem da contaminação foi de uma empresa de processamento de alimento de fora do país. Neste estudo não foi relatado nenhum caso de óbito (YAHATA *et al.* 2018: 452-455). Já no capítulo do documentário “Consequências indesejáveis”¹⁶ a presença de carne contaminada com *E. coli* 0157:H7 no hambúrguer levou a morte de um menino de dois anos.

No capítulo “O véu”¹⁷ o documentário faz o espectador entender que após essa situação drástica, a mãe da criança opta por mudar seus hábitos alimentares.

¹⁵ Título original: “A Cornucopia of choices”

¹⁶ Título original: “Unintended consequences”

¹⁷ Título original: “The Veil”



RELICI

Galindo e Portilho (2016: 182) encontraram como resultados de seu estudo, quatro representações sociais relacionadas ao comer: cidadania (voz, saída e lealdade), desconfiança, medo e impureza (culpa, nojo, gula e preguiça). No documentário, a mãe que perdeu o filho, demonstra o ato de cidadania, ao acompanhar sua busca por uma lei que melhore a segurança alimentar. A representação social de desconfiança fica aparente no relato da mãe: “acreditávamos que o nosso governo nos protegia e não estamos sendo protegidos nos níveis mais básicos”¹⁸; além do medo de adoecer ao ingerir um alimento contaminado.

No filme, o gerente de Marketing da rede de *Fast Food*, Don Anderson, fica encarregado de averiguar o processo de produção dos hambúrgueres fabricados pela empresa fornecedora. Ele faz uma visita à fábrica produtora e conversa com pessoas que têm conhecimento dos processos de fabricação não mostrados a ele, ficando a par dos motivos da contaminação dos hambúrgueres fabricado pela empresa. Ao analisarmos este personagem, através das representações sociais identificadas no artigo de Galindo e Portilho (2016: 182), percebe-se uma mudança no seu comportamento em relação ao consumo dos produtos da marca da empresa em que trabalha. No caso dele, a tese se encaixa na cena em que ele hesita, mas morde o hambúrguer em conversa com o gerente Harry Rydell disfarçando o nojo no olhar. A identificação da representação objetivada de cidadania em forma de voz, em um primeiro momento, pode ser observada no momento em que, após identificar o problema da contaminação da carne no abatedouro, ele conversa com o gerente Harry Rydell e informa que terá que levar a informação ao seu superior. A desconfiança em relação ao alimento, leva ao medo e ao nojo (impureza) que parecem estar presentes nesta cena também.

¹⁸ No original: “We put faith in our government to protected us and we are not being protected in the most basic level”



RELICI

Segundo Rozin (2008), o nojo é manifestado pelo afastamento do objeto, rejeição (componente comportamental), náusea (componente fisiológico), abertura da boca com ou sem extensão da língua, retração do lábio superior e franzir do nariz (componentes expressivos) e sentimento de repulsa de curta duração (componente mental - *qualia*); concebido como uma emoção protetora da divisa do eu corporal e do eu social.

Será que depois de entender o processo de produção dos hambúrgueres da marca da empresa em que trabalha ele vai conseguir voltar a consumi-los? O gerente se comportará como em um processo de lealdade, como identificado por Galindo e Portilho (2016: 184) ou optará pela saída, afastamento do consumo de determinado produto/marca? A sociedade acaba se adaptando e as pessoas nela inserida fazem suas escolhas na tentativa de pertencer a ela, se proteger de eventuais riscos e aceitar o que não pode ser mudado diretamente por aquele indivíduo. Por fim, o gerente de marketing optou pelo silêncio em relação ao processo de produção dos hambúrgueres, já a balconista Amber, opta por sair da empresa na ânsia de tentar não colaborar com algo que não concorda. A culpa que é incitada pela sociedade no indivíduo pode levar a esse tipo de decisão. No caso da Amber, mais ligado ao processo de cuidado com os animais (tipo de alimento oferecido a eles, confinamento) e poluição ambiental, causada pela aglomeração e concentração exacerbada de animais em um local.

Dependendo da informação adquirida, há diferentes comportamentos que podem ser observados. No caso do gerente de marketing que inicialmente sentia prazer em se alimentar com o produto da empresa em que trabalha, após conhecimento da contaminação com coliformes fecais sente nojo ao comer o hambúrguer. Paralelamente, o casal de mexicanos escolhe sair para jantar neste mesmo restaurante *Fast Food*, como um símbolo de melhora de vida, status social.



RELICI

“O cardápio de um dólar”¹⁹ relata a história de uma família de mexicanos que opta, muitas vezes, por almoçar hambúrguer em vez de alimentos *in natura*, devido ao maior custo das frutas e verduras. A mãe relata que nem pensava em comida saudável, pois achava que o que comiam era saudável. O subsídio garantido pelo governo às culturas de soja, milho e trigo, importantes componentes dos alimentos ultraprocessados, acaba fazendo com que um hambúrguer custe menos que um maço de brócolis. E o consumo excessivo destes tipos de alimentos leva a obesidade, hipertensão e diabetes. Os grupos sociais com menos educação e salários mais baixos tendem a serem mais obesos e a ter menor capacidade de evitar que seus filhos sejam obesos em relação aos que recebem melhores salários e tem maior conhecimento (BELLISLE 2003: 192). Neste cenário, as escolhas dos alimentos são realizadas de acordo com o montante financeiro disponível para a compra dentre aqueles alimentos que mais saciam a fome (BURNS *et al.* 2013: 209-217). Neste grupo, os processos de produção de alimentos parecem ter menos importância e influência nas escolhas alimentares, se encaixando na representação social do comer como necessidade, descrita por Backstrom e colaboradores (2004: 77-78).

PRODUTO FINAL

“Bem vindo ao Mikey’s, posso anotar o seu pedido?”²⁰ (19min 07s)
(Linklater, 2006 – tradução da autora)

Dentre as diferentes noções de contaminação e risco, temos ainda outras passagens do filme, como no momento em que o hambúrguer cai no chão e o funcionário simplesmente o coloca novamente na chapa para cozimento e na cena da montagem do hambúrguer em que, juntamente com o molho, é acrescentada

¹⁹ Título original: “The dollar menu”

²⁰ No original: “Welcome to Mikey’s, can I take your order?”



RELICI

uma “cuspidá” do mesmo funcionário. Nesse sentido, não são incomuns reportagens relacionadas a este tipo de atitude do trabalhador, como uma fotografia postada por um funcionário de uma rede de restaurantes *Fast Food* com ele pisando em potes com alfaces. Registros de pessoas apresentando sintomas gastrointestinais após comer em restaurantes, mesmo os premiados, também são encontrados (ABRANTES 2013).

No capítulo “O véu”²¹ foi abordada a forma como a regulação dos alimentos é feita e como as grandes empresas tem resistência em rotular os alimentos, com informações sobre composição nutricional, presença de gorduras trans, país de origem, processos de produção, entre outros. Uma das justificativas em relação à rotulagem de alimentos seria gerar um receio desnecessário ao consumidor. Caswell (1998: 151-158) revisou as políticas de rotulagem de alimentos em diferentes países relacionados à qualidade, segurança e processo de produção dos alimentos. Há diferentes entendimentos em relação à obrigatoriedade de rotulagem de determinados processos entre os diferentes países. Com argumentos de que nos casos em que se entende que o processo de produção não altera a segurança e qualidade do produto final, não se deveria rotular o alimento, pois poderia influenciar a aceitação do produto no mercado. Outro ponto é o de que a rotulagem dos diferentes processos permitiria avaliar a aceitação ou não do consumidor às diferentes formas de produção de alimentos.

CONCLUSÃO

Foram identificadas diferentes representações sociais relacionadas ao alimento nas produções cinematográficas englobadas neste ensaio: cidadania, desconfiança, medo e impureza (GALINDO E PORTINHO 2016: 182), e adesão a

²¹ Título original: “The Veil”



RELICI

produtos naturais, adesão a tecnologia ou comer como necessidade (BACKSTROM *et al.*, 2004: 77-78). As representações sociais ajudam no entendimento da atitude do consumidor frente aos diferentes processos de produção de alimentos. Com isto, auxiliando no desenvolvimento de ações que pretendem garantir a melhor aceitação do consumidor a determinado produto, alterações no processo produtivo e até mesmo alteração do tipo de produto exposto para venda.

REFERÊNCIAS

ABRANTES, Talita. *7 casos de contaminação de alimentos que deram o que falar*. 2013. Disponível em: < <https://exame.abril.com.br/negocios/7-casos-de-contaminacao-de-alimentos-que-deram-o-que-falar/> >. Acesso em: 02 de agosto de 2018.

BACKSTROM, Anna; PIRTTILA-BACKMAN, A. M.; TUORILA, H. 2004. *Willingness to try new foods as predicted by social representations and attitude and trait scales*. *Appetite* v. 43, n. 1: 75-83.

BELLISLE, France. 2003. *Why should we study human food intake behaviour?* *Nutrition, Metabolism and Cardiovascular Diseases* v. 13, n. 4: 189-193.

BURNS, Cate; COOK, Kay; MAVOIA, Helen. 2013. *Role of expendable income and price in food choice by low income families*. *Appetite* v. 71: 209-17.

CALLAWAY, Todd R. et al. 2009. *Diet, Escherichia coli O157:H7, and cattle: a review after 10 years*. *Curr Issues Mol Biol* v. 11, n. 2: 67-79.

CASWELL, Julie A. 1998. *How Labeling of Safety and Process Attributes Affects Markets for Food*. *Agricultural and Resource Economics Review* v. 27, n. 2: 151-158.

CHEN, Mei-Fang. 2018. *Social representations of genetically modified foods and public willingness to consume such foods in Taiwan*. *Journal of the Science of Food and Agriculture*.



RELICI

76

COX, David N.; EVANS, G. 2008. *Construction and validation of a psychometric scale to measure consumers' fears of novel food technologies: The food technology neophobia scale*. Food Quality and Preference v. 19, n. 8: 704-710.

FALGUERA, Víctor; ALIGUER, Núria; FALGUERA, Mercè. 2012. *An integrated approach to current trends in food consumption: Moving toward functional and organic products?* Food Control v. 26, n. 2: 274-281.

FISCHLER, Claude. *El (h)omnívoro: el gusto, la cocina y el cuerpo*. Barcelona: Anagrama, 1995. p.422.

GALINDO, Flavia; PORTINHO, Fátima. 2016. *"Desta água não beberei e deste pão não comerei": negociações do comer e representações sociais dos riscos alimentares*. Antropolítica v. 41: 173 - 204.

GUTFREIND, Cristiane Freitas. 2006. *O filme e a representação do real*. E-Compós p. 1-12.

JOMORI, Manuela Mika; PROENÇA, Rosana Pacheco da Costa; CALVO, Maria Cristina Marino. 2008. *Determinantes de escolha alimentar*. Rev. Nutr. v. 21, n. 1: 63-73.

KENNER, Robert. *Food, Inc.* . USA: 133 min p. 2008.

LINKLATER, Richard. *Fast Food Nation*. USA: 113 min p. 2006.

MORAWICKI, Ruben O.; DÍAZ GONZÁLEZ, Delmy J. 2018. *Food Sustainability in the Context of Human Behavior*. The Yale Journal of Biology and Medicine v. 91, n. 2: 191-196.

MOSCOVICI, Serge. *Representações sociais: investigações em psicologia social / Serge Moscovici: editado em inglês por Gerard Duveen: traduzido do inglês por Pedrinho A. Guareschi*. -5ª ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2007

PEARSON, John M.; WATSON, Karli K.; PLATT, Michael L. 2014. *Decision Making: The Neuroethological Turn*. Neuron v. 82, n. 5: 950-965.



RELICI

RATEAU , Patrick. et al. *Social Representation Theory*. In: LANGE, P. A. M. V.; KRUGLANSKI, A. W., et al (Ed.). *Handbook of Theories of Social Psychology*: SAGE Publications Ltd, 2011. p.1114.

ROZIN, Paul; HAID, Jonathan; McCAULEY, Clark 2008. *Disgust*. In: LEWIS, M.; HAVILAND-JONES, J. M.; BARRETT, L. F. (Ed). *Handbook of emotions*, 3rd Ed, New York: Guilford Press, 2008. p. 757-776.

SMITH, Nathan; ROCK, Jenny 2014. *Documentary as a statement: defining old genre in a new age*. *Journal of Media Practice* v. 15, n. 1: 58-62.

TULLOCH, John.; LUPTON, Deborah. 2002. *Consuming Risk, Consuming Science: The case of GM foods*. *Journal of Consumer Culture* v. 2, n. 3: 363-383.

WASEY, Abdul; SALEN, Philip *Escherichia Coli (E Coli 0157 H7)*. In: (Ed.). *StatPearls*. Treasure Island (FL): StatPearls Publishing LLC., 2018.

YAHATA, Y. et al. 2018. *Web survey-based selection of controls for epidemiological analyses of a multi-prefectural outbreak of enterohaemorrhagic Escherichia coli O157 in Japan associated with consumption of self-grilled beef hanging tender*. *Epidemiol Infect* v. 146, n. 4: 450-457.