
IMPORTÂNCIA DAS FONTES DE INFORMAÇÃO SOBRE ALIMENTOS NA OPINIÃO DE CONSUMIDORES DE TRÊS SUPERMERCADOS NA CIDADE DE CAMPO GRANDE-MS

IMPORTANCE OF THE SOURCES OF INFORMATION ON FOODS IN THE OPINION OF CONSUMERS OF THREE SUPERMARKETS IN CAMPO GRANDE, BRAZIL SOUTHWEST

Data de submissão: 27 set. 2010. Data de aprovação: 27 maio 2011. Sistema de avaliação: Double blind review. Universidade FUMEC/FACE. Prof. Dr. Cid Gonçalves Filho. Prof. Dr. Luiz Cláudio Vieira de Oliveira. Prof. Dr. José Marcos Carvalho de Mesquita.

Caroline Pauletto Spanhol
Universidade Federal de Santa Maria

Dario de Oliveira Lima-Filho
Universidade Federal de Santa Maria

Adriane da Silva Ribeiro
Universidade Estadual Paulista

RESUMO

Este artigo discute o impacto da informação sobre a opinião dos consumidores, identificando as fontes de informação consideradas importantes para obtenção de conhecimento sobre alimentação nas diversas classes sociais. Para tanto, foram realizadas 100 entrevistas com consumidores em três supermercados, em Campo Grande/MS. Os resultados revelam que a maioria dos entrevistados está mais exposta às informações televisionadas. Porém, família e amigos foram identificados como fontes preferidas dos entrevistados, evidenciando que a interação social contribui para a circulação desse tipo de conhecimento. O estudo revela, ainda, que todas as classes confiam nas informações transmitidas pelos pesquisadores da área de alimentos/nutrição, bem como nas informações veiculadas pelas autoridades do governo, embora estas fontes não apresentem tanta importância quando comparadas as televisionadas.

Palavras-chave: Marketing, Comportamento do consumidor, Alimentos, Nutrição, Fontes de informação.

ABSTRACT

This article discusses the impact of the information on the opinions of food consumers in the different social classes. One hundred interviews with consumers in three supermarkets were held, in Campo Grande, Brazil Southwest. The results demonstrate that most of the interviewees are exposed mostly to televised information. However, family and friends were identified as the interviewees' favorite sources, evincing that the social interaction contributes to the circulation of that type of knowledge. The study also reveals that all classes trust the information transmitted by researchers in the area of food and nutrition, as well as in the information of government authorities, although these sources do not present so much importance in relationship to the televised media.

Keywords: Marketing, Consumer behavior, Food, Nutrition, Source of Information.

INTRODUÇÃO

Os hábitos alimentares dos indivíduos têm apresentado modificações nos últimos tempos (LAMBERT, *et al.*, 2005, POULAIN, 2004, BRAGA, 2004, POULAIN; PROENÇA, 2003a, 2003b). Pode-se citar, por exemplo, a influência da 'terceira' Revolução Industrial verificada em meados do século XX, que proporcionou modificações nos modos de produzir, estocar e comercializar os bens e serviços, bem como a composição e o papel desempenhado pelos núcleos familiares na formação das condutas alimentares. Essas modificações sugeriram a produção em larga escala, o beneficiamento de alimentos naturais, a agregação de aditivos, a introdução de múltiplas variações na palatabilidade dos alimentos (mudanças no sabor, na cor, na textura), a diversidade de fórmulas lácteas industrializadas e, mais recentemente com advento da engenharia de alimentos, a oferta de alimentos congelados, semi-prontos e desidratados (POULAIN, 2004; ALESSI, 2006).

Nesse contexto deve-se mencionar, também, as influências advindas da globalização dos mercados, da entrada da mulher no mercado de trabalho, do pouco tempo destinado às atividades domésticas e a expansão do *food service*. O reflexo disso traz à tona uma preocupação com o comportamento alimentar no meio urbano, pois se observa o uso cada vez mais freqüente de produtos industrializados nas refeições, o que revela uma preocupação crescente com a qualidade dos alimentos ingeridos.

Diante disso, alguns estudos mostram que a sociedade informacional do século XXI preocupa-se em ter uma alimentação balanceada. Nesse sentido, nota-se o aumento do consumo de alimentos funcionais, alimentos *light e diet*, bem como de frutas, legumes e verdura (FLV) decorrentes da preocupação com os padrões sociais e estéticos e, também, pela busca de informações sobre alimentação em diversas fontes (ALVARENGA, 2006, HALL, 2006, NOVAES, 2006).

O objetivo desse estudo é analisar as fontes de informação utilizadas pelos consumidores quando o assunto é alimentação. Nesse sentido, discute-se a comensalidade contemporânea, sobretudo o impacto das informações, noticiadas pela mídia sobre os alimentos, na opinião dos consumidores da cidade de Campo Grande (MS).

Em seu conjunto, os resultados dessa pesquisa apontaram para a importância dada pelos entrevistados ao tipo (s) de fonte (s) de informação em nutrição e saúde, sua confiabilidade e credibilidade, bem como a frequência com que são utilizados para cada classe de entrevistados.

Esse estudo encontra-se dividido em cinco seções, sendo a primeira esta introdução. A segunda aborda o referencial teórico utilizado na pesquisa, a terceira apresenta a metodologia, a quarta dedica-se a apresentação e discussão dos resultados e a quinta às considerações finais.

REFERENCIAL TEÓRICO

Sobre alimentação

Segundo Meado (1980), o comer tem ligação intrínseca e direta com o funcionamento emocional do indivíduo. A comida está intimamente ligada desde o nascimento às experiências emocionais. Torna-se difícil, no ato de comer, separar o lado fisiológico do psicológico. De acordo com Ackerman (1992), a comida é grande fonte de prazer, um mundo complexo de satisfação, tanto fisiológica, quanto emocional, mas que guarda, também, lembranças da infância. Ressalta-se que os estudos de Spanhol, Lima-Filho e Lima (2009) identificaram, em estudo realizado com dez mães na cidade de Campo Grande (MS), que as lembranças da infância foram lembradas pelas entrevistadas quando questionadas sobre as motivações que as levam a escolher os alimentos. O estudo sugere que essa categoria exerce influência no processo de escolha dos alimentos pelas mães.

É verdade que as pessoas trocam mais vezes de sapatos do que modificam os hábitos alimentares (LAMBERT *et al*, 2005), no entanto, nota-se que mudanças vêm acontecendo, sobretudo pelas transformações impostas pela urbanização e pela globalização. Destaca-se, por exemplo, a introdução, no cardápio das famílias, de alimentos industrializados. Parece que um novo estilo de vida impõe novas expectativas de consumo, que acabam orientando as escolhas de alimentos (SANTOS, 2005).

O padrão de consumo de alimentos da população brasileira vem se modificando ao longo dos anos, notadamente a partir da década de 1990, período

em que o país passava por diversas transformações sociais e econômicas (DA SILVA; DE PAULA, 2003).

A queda da inflação, decorrente da política econômica adotada, permitiu maior estabilidade dos preços e, assim, um aumento do poder aquisitivo dos brasileiros, que passaram a destinar mais recursos para a compra de alimentos. Prova disto é que entre 1994 e 1997 o consumo total de alimentos apresentou um crescimento de 20% (MENSAGEM..., 1998).

As mudanças ocorridas no campo social também trouxeram conseqüências para a configuração do mercado consumidor atual, como maior urbanização, entrada da mulher no mercado de trabalho, queda na taxa de natalidade e o aumento da população idosa.

Essas transformações promoveram estilos de vida e hábitos alimentares considerados inadequados por muitos, pois os consumidores têm buscado soluções rápidas e práticas para facilitar o trabalho na cozinha, recorrendo a alimentos congelados, pré-cozidos e pré-temperados, além de estimular o desenvolvimento de restaurantes comerciais tipo *fast-food*, que vêm atender às necessidades da sociedade moderna, pautada no consumo desenfreado de bens e serviços (BLEIL, 1998).

Dessa forma, o novo padrão alimentar do brasileiro traz efeitos preocupantes, como o aumento da população obesa e o desenvolvimento de doenças crônicas como hipertensão, diabetes, e doenças cardiovasculares, entre outras, tornando a questão alimentar um problema prioritário de saúde pública (PEDRAZA, 2004). Sobre isso, destaca-se que a obesidade aparece como uma das dez maiores ameaças à saúde da população mundial (OMS, 2006). A quantidade de pessoas com sobrepeso ou obesas já é maior do que a de subnutridas. No ano de 2005, somaram-se mais de 1,6 bilhão de adultos com excesso de peso no mundo. O número de pessoas com sobrepeso e as desnutridas, se somadas, atingem cerca de 42% da população mundial. No Brasil, FAO (2008) indica que a proporção de adultos com sobrepeso, em relação à população total, é de 40,6% e o percentual de obesos é de 11,1%. A estimativa da OMS (2009) é que em 2030 o índice de

sobrepeso aumente em 70% nos Estados Unidos, 50% na Inglaterra e 30% no Brasil.

Para Casotti et al. (1998, p.6), “[...] a importância do tema alimentação e saúde e os assuntos que o circundam, como as dietas e o físico desejável, pode ser exemplificada pela ampla cobertura da mídia impressa e eletrônica”.

Nesse sentido, é relevante salientar a importância das fontes de informação sobre alimentos e, não menos importante, da educação para o consumo de alimentos ressaltando a introdução de práticas saudáveis de alimentação, por meio de iniciativas do poder público e, também, do mercado.

Para Campbell et al. (1998) *apud* Redmond e Griffith (2005), o desenvolvimento de intervenções por uma alimentação saudável, é um processo complexo que requer provisão de informações para diferentes segmentos. São necessárias diversas estratégias para grupos diferentes de consumidores, cada qual com suas relações sociais, influências culturais e ambientais e práticas próprias de preparação de alimentos.

Nesse contexto, ressalta-se a importância da difusão de informação sobre alimentos. Segundo Frewer et al. (1995) *apud* Redmond e Griffith (2005), um fator determinante da aceitação de informações sobre riscos alimentares, por parte do consumidor, tem relação com a credibilidade da fonte informante.

Fontes de informação sobre alimentos

Dentre as principais fontes de informação sobre alimentação, pode-se citar: revistas, médicos, programas de televisão, jornais, nutricionistas, familiares, livros, treinadores e fisiologistas, professores, rádio, propagandas, amigos e colegas, rótulos, farmacêuticos, folhetos, lojas de suplementos nutricionais e internet (BUTTRISS, 1997).

Wolton (1997) revela que as principais fontes de informação sobre nutrição, para os consumidores, são a família e a escola; no entanto, a propaganda parece assumir, um papel de destaque como uma fonte de informação sobre as questões nutricionais. Esse fato não surpreende devido à elevada penetração da televisão brasileira em todas as classes sociais.

Pesquisa conduzida na Europa destaca três fontes: os familiares, os rótulos de alimentos e suplementos nutricionais, e os médicos e nutricionistas. Além dessas, existem, ainda, os livros sobre alimentação e nutrição, as revistas de atualidades e as direcionadas à saúde e à divulgação científica (CHEW; PALMER; KIM, 1995).

É interessante notar, segundo Ribeiro e Casotti (1998), que, embora determinadas fontes sejam utilizadas constantemente, não são consideradas importantes, ou seja, o uso freqüente dessas fontes pode estar associado à sua disponibilidade. As pessoas tendem a mesclar as informações obtidas a partir de diversos veículos, não só as oriundas dos médicos e artigos de jornais e revistas, como também as das conversas com amigos (TURNERY, 1996).

Por outro lado, de acordo com Chew, Palmer e Kim (1995), os níveis de conhecimento sobre saúde dependem da fonte de informação utilizada e, segundo Richardson *et al.* (1994), a confiança em fontes específicas pode influir sobre esse conhecimento.

Para Abbott (1997), é relevante considerar, também, o fato de muitas informações sobre os alimentos e nutrição serem recolhidas pela população a partir da propaganda de produtos; entretanto, esses dados podem ser contraditórios, incompletos e tendenciosos. A preocupação com a qualidade das informações deve incluir não apenas a dignidade aos trabalhos científicos que as originam, mas, também, à explicitação de suas limitações e do conjunto de dados do qual estão inseridas (RIBEIRO; CASOTTI, 1998).

Os dados dessa pesquisa remetem à necessidade de avaliar a qualidade das informações que chegam à população, as quais podem ter influência sobre o conhecimento nutricional e, indiretamente, sobre o comportamento alimentar e a saúde. Como ressaltam Beatty e Finn (1995), pesquisadores e meios de comunicação, devem compartilhar a responsabilidade de oferecer informação adequada ao público leigo.

PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Foi conduzida uma pesquisa quantitativo-descritiva (MALHOTRA, 2001), na cidade de Campo Grande (MS), no mês de maio de 2006, junto a 100 consumidores das classes A/B, C, D/E, segundo Critério Brasil (ABEP, 2003) e idade superior a 18 anos. O cálculo amostral foi realizado com 90% de confiabilidade e um erro de 10%.

Os questionários foram aplicados na entrada de três lojas de supermercado, quando os clientes saíam das compras. A escolha das lojas foi intencional, sendo que um dos critérios para sua escolha foi à localização geográfica, com o intuito de atingir indivíduos com as características definidas por essa pesquisa. Os entrevistados foram selecionados de acordo com sua disponibilidade em responder as perguntas no momento da coleta dos dados.

As variáveis utilizadas nessa pesquisa foram baseadas na análise de estudos empíricos prévios revisados pelos autores, destacando-se: a) exposição do consumidor à fonte de informação, b) preferência do consumidor pela fonte e c) confiança do cliente na fonte.

O questionário envolveu 19 questões, divididas em exposição, preferência e confiança do consumidor sobre fontes de informações de alimentos, como as organizações e instituições provedoras de educação alimentar, documentários televisivos, programas de culinária, entre outros. Foi adotada a escala intervalar de *Likert* de sete pontos – 1 (discordo totalmente) a 7 (concordo totalmente), sendo necessário que cada respondente indicasse seu grau de concordância ou discordância em uma série de afirmações sobre o objeto de estudo (MALHOTRA, 2001).

Para se fazer uma comparação das médias entre as três classes sociais utilizou-se o teste *t-student*, com o objetivo de manter, revisar ou rejeitar hipóteses. Sendo assim, para p-valor maior ou igual a 0,05 as médias das variáveis são iguais, ou seja, não apresentam diferenças significativas.

APRESENTAÇÃO E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

Os indivíduos participantes da pesquisa foram agrupados de acordo com a classe social a que pertencem, conforme relacionadas na tabela 1. Observa-se que

IMPORTÂNCIA DAS FONTES DE INFORMAÇÃO SOBRE ALIMENTOS NA OPINIÃO DE CONSUMIDORES DE TRÊS SUPERMERCADOS NA CIDADE DE CAMPO GRANDE-MS

34% dos indivíduos são das classes A/B, 32% da classe C e os outros 34% das classes D/E.

Tabela 1: Distribuição da amostra por Classe Social

| Classe A/B | Classe C | Classe D/E | Total |
|------------|----------|------------|-------|
| 34 | 32 | 34 | 100 |

Fonte: dados da pesquisa.

Os dados coletados permitiram a verificação dos veículos de comunicação dos quais as classes sociais estão mais expostas, além de possibilitar a identificação das fontes preferidas dos entrevistados, bem como as mais confiáveis. Os resultados são apresentados a seguir, separados pelas classes sociais estudadas, de acordo com a metodologia do trabalho.

Conforme dados da tabela 2, observa-se que há uma diferença entre as médias dos grupos das classes A/B que assistem à TV todos os dias e os indivíduos que escutam o rádio (p -valor = 0). Sendo assim, mais pessoas estão expostas às informações televisionadas do que às veiculadas em rádio.

Pode-se observar, ainda, que grande parte dos entrevistados afirmou visitar o médico periodicamente, estando, assim, expostas às informações fornecidas por este profissional. O conteúdo disponível na internet se mostra mais presente no cotidiano dos entrevistados das classes sociais A/B.

Tabela 2 – Média dos entrevistados quanto à exposição a fontes de informações.

| Variável | Classe Social | | |
|-------------------------------------|---------------|-----|-----|
| | A/B | C | D/E |
| Eu assisto à TV todos os dias | 5,5 | 4,9 | 5,2 |
| Eu acesso a internet frequentemente | 5,3 | 4,1 | 2,9 |
| Eu leio revistas toda semana | 4,7 | 3,9 | 4,3 |
| Eu vou ao médico periodicamente | 4,5 | 3,9 | 4,2 |
| Eu escuto o radio todos os dias | 3,6 | 3,3 | 4,2 |

Fonte: dados da pesquisa

Em relação à classe C, os entrevistados afirmaram estar mais expostos à televisão do que à internet. No entanto, tanto as informações transmitidas pelos médicos, quanto às divulgadas por revistas e jornais apresentam mesma importância para os respondentes desta classe social (p -valor = 0,875).

Analisando as classes D/E, referentes ao critério exposição, observa-se que os respondentes assistem TV todos os dias, mas acessam pouco a internet (p-valor=0). Observa-se que as variáveis “eu vou ao médico todos os dias” e “eu escuto o rádio todos os dias” são as mesmas (p-valor=1), ou seja, não há diferença significativa entre estas variáveis, sendo o nível de exposição semelhante.

No quesito preferência por fontes de informações sobre alimentos/nutrição, os resultados são apresentados na tabela 3. Observa-se que os entrevistados das classes sociais A/B não demonstraram preferência entre obter informações sobre alimentos através de amigos e familiares e através de documentários televisivos (p-valor=1). No entanto, os entrevistados optam por utilizar o rótulo das embalagens de alimentos como fonte de informação sobre nutrição, em vez de realizar pesquisas em sites da internet (p-valor = 0,001).

A fonte de informação preferida pelos entrevistados da classe social C são artigos/revistas, quando comparado aos programas de rádio (p-valor= 0,05). A mesma relação também pode ser verificada quando se comparam a opinião de amigos e/ou familiares e a leitura rótulos das embalagens de alimentos como fontes de informações sobre nutrição (p-valor= 0,018).

As classes D/E preferem “ouvir opinião de amigos e familiares sobre alimentos e nutrição”, bem como ler o rótulo das embalagens de alimentos (p-valor=0,17). Por outro lado, os respondentes também preferem assistir aos documentários televisivos a acessar sites sobre nutrição (p-valor=0).

Tabela 3 – Média dos entrevistados quanto à preferência de fontes de informações referentes a alimentos/nutrição.

| Variável | Classe Social | | |
|--|---------------|-----|-----|
| | A/B | C | D/E |
| Gosto de ouvir opiniões de amigos, familiares sobre alimentos/nutrição | 5,1 | 3,7 | 4,9 |
| Gosto de assistir aos documentários televisivos que abordam o tema alimentos | 5,1 | 2,5 | 4,5 |
| Geralmente leio o rótulo das embalagens de alimentos | 5,0 | 2,7 | 4,4 |
| Gosto de ler artigos/revistas sobre saúde/alimentos | 4,5 | 3,9 | 4,2 |
| Geralmente assisto aos programas de culinária | 3,9 | 2,0 | 3,9 |
| Costumo acessar sites sobre nutrição | 3,3 | 3,1 | 2,5 |
| Escuto programas de radio que falam sobre nutrição | 2,0 | 1,6 | 3,9 |

Fonte: dados da pesquisa

IMPORTÂNCIA DAS FONTES DE INFORMAÇÃO SOBRE ALIMENTOS NA OPINIÃO DE CONSUMIDORES DE TRÊS SUPERMERCADOS NA CIDADE DE CAMPO GRANDE-MS

A pesquisa buscou averiguar, também, as fontes de informações mais confiáveis na opinião dos entrevistados (tabela 4). Os entrevistados das classes A/B afirmam confiar mais nas informações transmitidas por pesquisadores de alimentos e nutrição, do que em informações transmitidas por pessoas famosas (p -valor = 0). Demonstram, ainda, mais confiança nos médicos do que em autoridades do governo (p -valor = 0,03).

Tabela 4 – Média dos entrevistados quanto à confiança em fontes de informações relacionadas à nutrição e alimentos.

| Variável | Classe Social | | |
|---|---------------|-----|-----|
| | A/B | C | D/E |
| Acredito nas informações sobre alimentos/nutrição transmitidas por pesquisadores desta área | 4,7 | 2,9 | 5,1 |
| Confio nas informações sobre alimentos/nutrição descritas pelos médicos | 4,7 | 4,2 | 5,3 |
| Confio nas informações sobre alimentos/nutrição passadas pelos conselhos de medicina | 4,6 | 3,5 | 5,2 |
| Confio nas informações dadas pelos órgãos reguladores de alimentos | 4,4 | 3,7 | 4,9 |
| Confio nas informações sobre alimentos/nutrição passadas pelas autoridades do governo | 4,1 | 3,2 | 4,6 |
| Confio nas informações passadas por vendedores de alimentos | 2,7 | 3,0 | 3,5 |
| Acredito nas informações sobre nutrição/saúde transmitidas por pessoas famosas | 1,8 | 3,9 | 3,0 |

Fonte: dados da pesquisa.

O nível de confiança das pessoas da classe C é o mesmo sobre as informações passadas pelos médicos e as transmitidas por pessoas famosas (p = 0,474). O mesmo acontece em relação às informações sobre nutrição e saúde repassadas pelas autoridades do governo e as transmitidas por pesquisadores (p = 0,382).

Nas classes D/E observa-se que os entrevistados depositam elevada confiança nos médicos quando querem obter informações sobre o assunto. Em contrapartida, não acreditam muito nas informações passadas por vendedores de alimentos (p -valor=0).

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O objetivo desse artigo foi analisar as fontes de informação utilizadas pelos consumidores quando o assunto é alimentação. Os dados permitiram analisar diferenças significativas de fontes de informações usadas pelas classes sociais abordadas. Nota-se que as classes A/B têm maior acesso à Internet quando comparados aos indivíduos das classes C e D/E.

De um modo geral, as pessoas entrevistadas estão mais expostas aos programas de TV relacionados a alimento/nutrição. Sabe-se que na televisão, os alimentos e sua associação com a saúde também parecem estar ocupando um lugar de destaque cada vez maior. De fato, Wolton (1987) assegura que no Brasil todas as classes sociais assistem à TV, que tem grande poder de identidade nacional.

É importante salientar que na classe C, observa-se que os entrevistados dão significativa importância às informações transmitidas por pessoas famosas, em relação a alimento/nutrição, fato não verificado nas demais classes sociais estudadas. Para Buttriss (1997), os meios de comunicação de massa constituem uma das principais fontes utilizadas pela população para informar-se sobre esse tema e com menor frequência, os profissionais da área de saúde, particularmente os médicos.

Segundo Abbott (1997), muitas das informações sobre os alimentos e sobre nutrição são recolhidas pela população a partir da propaganda de produtos, entretanto, esses dados podem ser contraditórios, incompletos e tendenciosos. Nota-se, no entanto, que a família e os amigos, também, têm sido identificados como fontes preferidas de todas as classes sociais, mas evidencia que a interação social contribui para a circulação desse tipo de conhecimento.

Observa-se, ainda, que todas as classes estudadas consideram importantes as visitas aos médicos e, em geral, confiam nas informações transmitidas pelos pesquisadores da área de alimentos/nutrição, bem como informações repassadas pelas autoridades do governo, embora estas fontes não apresentem tanta importância quanto à mídia televisionada.

Chew, Palmer e Kinn (1995) ressaltam que as fontes mediadas – televisão, rádio, jornais, livros e revistas – têm sido constantemente usadas para obter conhecimentos sobre saúde do que as interpessoais, no caso, o contato direto com profissionais de saúde. Para esses pesquisadores, a importância da televisão é crescente, pois, de acordo com a comparação entre dados de 1969 e do início da década de 1990, ela tem substituído a mídia impressa como a fonte sobre saúde mais citada.

As classes A/B têm maior acesso às fontes de informações sobre alimentos do que as classes C e D/E, possivelmente por possuírem poder aquisitivo mais elevado, fato que possibilita o acesso freqüente a internet, canais de televisão e revistas especializados em alimentação e saúde.

Beatty e Finn (1995) ressaltam que os pesquisadores e os meios de comunicação devem compartilhar a responsabilidade de oferecer informação adequada ao público leigo, independentemente da classe social da qual esteja inserido.

Em um contexto de debate e controvérsia na ciência da nutrição sobre a importância e as implicações para a saúde de diversos alimentos, a preocupação com a qualidade das informações deve incluir, não apenas a fidelidade aos trabalhos científicos que as originam, mas, também, a explicitação de suas limitações e do conjunto de dados no qual estão inseridas.

Esse estudo, mesmo tendo sua abrangência restrita à cidade de Campo Grande/MS e, mesmo não contemplando o impacto dessas informações sobre as concepções acerca do tema, suas informações remetem aos profissionais da saúde e, também, do marketing a necessidade de avaliar a qualidade das informações que chegam à população, as quais podem ter influência sobre o conhecimento nutricional e, indiretamente, sobre o comportamento alimentar e a saúde. Nesse sentido, estes tópicos são sugeridos para pesquisas futuras.

REFERÊNCIAS

- ABBOTT, R. 1997. Food and nutrition information: a study of sources, uses and understanding. *British Food Journal*, London, v.99, n.2, p.43-49.
- ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE EMPRESAS DE PESQUISA (ABEP). Critério de Classificação Econômica Brasil, 2003. Disponível em: <http://www.abep.org/codigosguias/ABEP_CCEB.pdf> Acesso em: 12 nov. 2007.
- ACKERMAN, D. 1992. *Uma história natural dos sentidos*. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil.
- ALESSI, N. P. 2006. Conduta alimentar e sociedade. Simpósio Transtornos Alimentares: anorexia e bulimia nervosas. *Medicina*, Ribeirão Preto, v. 39, n. 3, p. 327-332.
- ALVARENGA, A. S. 2006. *Perfil do consumidor de alimentos orientado para a saúde o Brasil*. Campo Grande, MS. Dissertação de Mestrado em Agronegócios. Universidade Federal de Mato Grosso do Sul, UFMS.
- BEATTY, D., FINN, S.C. 1995. Position of the American Dietetic Association and the Canadian Dietetic Association: health and nutrition. *Journal of the American Dietetic Association*, Chicago, v.95, n.3, p.362-366.
- BLEIL, S. I. 1998. O padrão alimentar ocidental: considerações sobre a mudança de hábitos no Brasil. *Revista Cadernos de Debate*, Campinas, v. VI, p. 1-25.
- BRAGA, V. 2004. Cultura Alimentar: contribuições da antropologia da alimentação. *Saúde Rev.* Piracicaba, v. 6, n. 13, p. 37 – 44.
- BUTTRISS, J.L. 1997. Food and nutrition: attitudes, beliefs, and knowledge in the United Kingdom. *American Journal of Clinical Nutrition*, Bethesda, v.65, n.6, p.1985S-1995S. Supplement.
- CASOTTI, L.; RIBEIRO A.; SANTOS, C. RIBEIRO, P. 1998. Consumo de alimentos e nutrição: dificuldades práticas e teóricas. *Revista Cadernos de Debates*, Campinas, Volume VI, p. 26-39.
- CHEW, F., PALMER, S., KIM, S. 1995. Sources of information and knowledge about health and nutrition: can viewing one television programme make a difference? *Public Understanding of Science*, Bristol, v.4, n.1, p.17-29.
- DA SILVA, J. M., DE PAULA, N. M. 2003. Alterações no padrão de consumo de alimentos no Brasil após o plano real. In: Evento de Iniciação Científica da UFPR, XII, 2003, Curitiba/PR. **Anais...** Curitiba, UFPR.
- FOOD AND AGRICULTURAL ORGANIZATION OF THE UNITED NATIONS (FAO). *Food security statistics: nutritional status*. 2008. Disponível em: <<http://www.fao.org/economic/ess/food-security-statistics/en/>> Acesso em: 22 maio 2009.
- HALL, R. J. *Fatores que influenciam o consumo de alimentos diet e light no Brasil*. Campo Grande, MS. Dissertação de Mestrado em Agronegócios. Universidade Federal de Mato Grosso do Sul – UFMS.
- LAMBERT, J. L, BATALHA, M. B., SPROESSER, R.L., SILVA, A. L. DA, LUCCHESI, T. 2005. As principais evoluções dos comportamentos alimentares: o caso da França. *Revista de Nutrição*. Campinas, v.18, n.5, p. 577-59.
- MALHOTRA, N. 2001. **Pesquisa de marketing**: uma orientação aplicada. 3. ed. Porto Alegre: Bookman.
- MENSAGEM ao Congresso Nacional 1998: Evolução política econômica - Perfil do consumo e do bem-estar da população. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/publi_04/COLECAO/98MENS2E.HTM> Acessado em: 7 abr. 2006.
- NOVAES, A. L. *Comportamento do consumidor de carne e hortaliças no Brasil: o perfil dos consumidores*. Campo Grande, MS. Dissertação de Mestrado em Agronegócios. Universidade Federal de Mato Grosso do Sul – UFMS.
- ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DA SAÚDE [OMS]. *Obesity and overweight: fact sheet n. 311*. 2006. Disponível em: <<http://www.who.int/mediacentre/factsheets/fs311/en/index.html>> Acesso em: 22 maio 2010.

IMPORTÂNCIA DAS FONTES DE INFORMAÇÃO SOBRE ALIMENTOS NA OPINIÃO DE CONSUMIDORES DE TRÊS SUPERMERCADOS NA CIDADE DE CAMPO GRANDE-MS

ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DA SAÚDE [OMS]. *WHO global infobase*. 2009. Disponível em: <<https://apps.who.int/infobase/compare.aspx?dm=5&countries=76&year=2005&sf1=cd.0701&sex=all&agegroup=15-100>> Acesso em: 28 dez. 2009.

POULAIN, J.P; PROENÇA, R.P.C. 2003 a. O espaço social alimentar: um instrumento para o estudo dos modelos alimentares. *Revista de Nutrição*, Campinas, v.16, n.3, 245-256.

POULAIN, J.P; PROENÇA, R.P.C. 2003 b. Reflexões metodológicas para o estudo das práticas alimentares. *Revista de Nutrição*, Campinas, v.16, n. 4, 365-386.

POULAIN J. P. 2004. *Sociologias da alimentação: os comedores e o espaço social alimentar*. UFSC, Florianópolis.

REDMOND, E. C., GRIFFITH, C. J. 2005. Consumer perceptions of food safety education sources: implications for effective strategy development. *British Food Journal*, London, v. 107, n. 7, p. 467-483, Jul.

SANTOS, C.R.A. Dos. Alimentação e seu lugar na história: os tempos da memória gustativa, 2005. Disponível em: <<http://calvados.c3sl.ufpr.br/ojs2/index.php/historia/article/view/4643/3797>>. Acesso em 29.10.2006.

SPANHOL, C.P., LIMA-FILHO, D.O., LIMA, M. F. E. M. 2009. Transmissão intergeracional dos hábitos alimentares: um novo olhar sobre a escolha de alimentos. In: IV Simpósio Internacional de Administração e Marketing e VI Congresso de Administração da ESPM. São Paulo/SP, *Anais....*São Paulo/SP: ESPM.

TURNEY, J. 1996. Public understanding of science. *Lancet*, London, v.347, n.9008, p.1087-1090.

WOLTON, D. 1997. O sucesso e o papel da televisão brasileira. *Revista Mercado Global*, n.103, trimestre 3.