



# A relação interdisciplinar entre religião, hábitos alimentares e economia a partir de uma abordagem bibliométrica

## The relationship between religion interdisciplinary , habits food and economics from an approach bibliometric

Maycon Jorge Ulisses Saraiva FARINHA [1](#); Luciana Virginia Mario BERNADO [2](#); Alessandra Quintana LOPES [3](#); Michel Decian CARVALHO [4](#); Priscila Elise Alves VASCONCELOS [5](#); Luís Cândido MARTINS [6](#); Cláudio Favarini RUVIARO [7](#)

Recibido: 14/09/16 • Aprobado: 16/10/2016

### Conteúdo

- [1. Introdução](#)
  - [2. A religião e sua influência na alimentação humana](#)
  - [3. Metodologia](#)
  - [4. Bibliometria](#)
  - [5. Considerações finais](#)
- [Referências](#)

#### RESUMO:

A história da humanidade mostra a evolução na forma utilizada para preparo dos alimentos conforme a aquisição do conhecimento, tecnologias e cultura. O objetivo do estudo é identificar o estado da arte na relação entre a religião, produção e o consumo de alimentos. Utilizou-se pesquisa bibliométrica e identificou-se como principais resultados a escassez de pesquisas no Brasil sobre o assunto. Além disso, observou-se na literatura internacional, a primeira publicação sobre o assunto foi em 1973 seguido de lacuna temporal que retoma o assunto em 2005. As publicações são realizadas em diferentes revistas, com avaliação qualis e fator de impacto distintos.

**Palavras-Chave:** Produção e Consumo alimentar; Religião e Economia.

#### ABSTRACT:

The history of humanity shows the evolution of the forms used for food preparation with the acquisition of knowledge, available technology and culture. Thus, this study aims to identify the state-of-the-art in relationship between religion, food production and consume. In bibliometric researchs was identified, as main results, the lack of published research in Brazil about the issue. Moreover, was observed that in the international literature the first publication about the topic was in 1973 followed by a temporal gap where returns the subject in 2015. The publications are held in different journals with qualis assessment and distinct impact factor.

**Key-Words:** Production and Consume Food; Religion and Economy

## 1. Introdução

Os hábitos alimentares e a economia de uma sociedade estão vinculados, a medida em que ambos se influenciam para satisfazer as necessidades das pessoas. Com relação as características alimentares de uma população, é possível verificar que a religião exerce influência no comportamento humano. A

preocupação religiosa com os alimentos tem início desde a criação, plantação, forma de abate, preparo dos alimentos, dentre outros fatores que constituem a cadeia produtiva e ou os costumes dos indivíduos.

Os “alimentos religiosos” são aqueles produzidos conforme as leis religiosas (APS, 2016, p.1). Esses produtos alimentícios ganham cada vez mais destaque na exportação de alimentos pelo Brasil, devido a indústria brasileira de alimentos ser receptiva as exigências do mercado. Esta diferenciação produtiva pode influenciar nos custos, bem como na receita final obtida com a comercialização destes produtos. Assim, a estrutura organizacional destas empresas devem ter flexibilidade para atender as solicitações de seus clientes. Ao observar a influência da religião na produção e consumo alimentar, pode ser percebido o aspecto cultural no cotidiano das pessoas e conseqüentemente no setor brasileiro dos agronegócios.

O desenvolvimento do artigo está pautado nas características da pesquisa bibliométrica, foram utilizados como descritores em pesquisas individuais: exportação de alimentos, produção de alimentos e consumo de alimentos aliados a religião, em português e inglês, abrangendo publicações nacionais e internacionais. O objetivo do estudo é identificar o estado da arte na relação entre a religião, produção e o consumo de alimentos.

Ao promover a visualização da produção científica nesta área, espera-se, caracterizar, o fato de que, dentro do quadro de expansão econômica brasileira, pelo viés do agronegócio, a temática da religião se configura real e nos leva a pensar, ainda, que as discussões e produção do conhecimento no campo do agronegócio deve, necessariamente, levar em consideração as dimensões interdisciplinares que lhe são inerentes.

---

## 2. A religião e sua influência na alimentação humana

A partir das análises literárias é possível perceber uma relação de viés econômico entre os termos pesquisados e o objeto da pesquisa. De tal modo, os artigos científicos referentes a produção de alimentos abordam questões relativas à segurança alimentar (Fiala, 2008), (Stancu, 2015), (Farouk et. al., 2015) e a disponibilidade de alimentos visando atender uma demanda de mercado baseado em teorias keynesianas (Ariquez et. al., 2013), (Ferro et. al., 2015), (Sinha, 1973). Os *papers* voltados ao *marketing* destes alimentos abordam como os mercados consumidores se comportam diante das preferências pessoais, de onde vem e como elas são formadas. (Almeida et. al., 2015), (Ritter et. al. 2015).

Pode-se observar que a análise econômica tradicional baseada nas teorias neoclássicas já não se faz tão presente em pesquisas atuais, pois trata o consumidor como homem racional que tem comportamentos que não se alteram com o tempo e visa maximização de seus interesses (Gilovich & Griffin, 2002). Estudos atuais estão voltados a Economia, ou seja, na forma como as pessoas são influenciadas por sistemas de normas sociais de um meio que está em constante evolução e, por vezes, mudança, como visto nas obras de Pereira et. al. (2010), Share & Knox (2012) e Eijk & Bargeman (2004).

As crenças religiosas direcionam e influenciam as mudanças sociais (Ozaki & Dodgson, 2010). Isto se explica através da abordagem participativa onde a eficácia das pessoas aumenta com sua participação em um meio social que a motiva a implementar soluções para seus problemas sociais e alterar seus comportamentos num sentido desejável (Kaplan & Norton, 1997).

Desta forma, os estudos têm dificuldades em determinar uma relação econômica direta e contínua da religião no consumo dos gêneros alimentares devido à falta de ferramental perspicaz do *Marketing* para entender as relações da religião com o mercado. Kotler e Keller (2006) afirmam que é possível criar estratégias de mercado a partir do composto mercadológico somente a fim de induzir as atitudes, regras e suposições que influenciam no modo como as pessoas se comportam, ou seja, em suas crenças intermediárias, mas a chance é mínima de fazer o mesmo com as crenças absolutas, rígidas e generalizadas em suas ideias gerais, ou crenças centrais.

Para entender a demanda mundial de alimentos é interessante analisar as religiões e seus níveis de interação com as civilizações e seus comportamentos ao passo que a cultura ocidental domina cada vez mais o mundo, transmutando-o em uma realidade capitalista na relação dos países consumidores para com os produtores/exportadores e, ao modo que os grandes do oriente crescem demograficamente.

Um exemplo é a Índia que possui a terceira maior comunidade Islâmica do mundo com aproximadamente 160.945 milhões de muçulmanos dentre os 1,6 bilhão em todo o mundo, com previsão a equiparar-se com a comunidade Cristã em 2050 (Pew Center, 2015). Conforme Orozco et. al. (2004) esta realidade capitalista enraíza-se em todos os aspectos da vida moderna como no trabalho, na cultura e nos relacionamentos através da economia de mercado global.

As pesquisas que relacionam as variáveis demanda e religião (Swimberghe et. al., 2011), (Haque et. al., 2011), (Martin & Bateman, 2014) não trazem rigor e sutileza nas análises discutidas, a ponto de considerar a condição de produzir em função de uma demanda religiosa, mas, os dados extraídos destas pesquisas, que envolvem as percepções das pessoas, são determinantes de consumo que junto à uma demanda demográfica crescente, localizados principalmente na Ásia e no oriente médio, esboçam tendências de médio e longo prazo benéficas as exportações.

Para Haque et. al. (2011) ressalta-se a importância do alimento certificado no exterior. Na rotulagem para o mercado muçulmano, a imagem corporativa é a variável de maior impacto sobre a percepção do jovem consumidor. Esse valor agregado impresso no alimento depende de todo processo de rastreabilidade entre as etapas do sistema de produção e da acreditação, feitos por empresas terceiras indiferente aos interesses contratuais (*third-party's*) entre o país de origem do fabricante e o país de destino do consumidor.

Dentre as evidências verificáveis através de métodos de pesquisa empíricos com modelagens de dados qualitativos, como a Análise Fatorial Confirmatória (AFC) utilizado por Yousaf & Malik (2016) e a Modelagem de Equações Estruturais (SEM) por Swimberghe et al. (2011), observa-se características relevantes que concatenam práticas de consumo ao etnocentrismo. Como exemplo tem-se que o comportamento do consumidor varia de acordo com o nível de envolvimento do produto em seu meio social, como alimentos e roupas, e do seu grau de religiosidade na sociedade.

Um outro estudo de Martin & Bateman (2014) mostra que consumidores judaico-cristãos não parecem ser menos ou mais receptivos a alimentos com mensagens pró-ambientais do que consumidores não-religiosos, sendo ambos sensivelmente receptivos. Este estudo mostra que a relação entre religião e consumidores comprometidos com produtos alimentícios que não agridem o meio-ambiente é indiferente para a demanda.

---

### 3. Metodologia

Esta pesquisa é caracterizada como bibliometria constituída a partir de artigos publicados em periódicos nacionais e internacionais. A seleção dos artigos foi feita na: *Web of Science*, *Science Direct*, *Scopus*, Periódicos Capes e *Scientific Electronic Library Online – SciELO*.

Os descritores para as fontes internacionais: *Export food*, *Food production* e *Consumption food* em conjunto com *Religion*. As pesquisas resultaram na identificação de 34 artigos. Destes foram excluídos 15 devido estar repetidos ou utilizar os termos genéricos sem relação com a temática pesquisada, totalizando 19 artigos selecionados. Nas fontes nacionais, utilizou-se: exportação de alimentos, produção de alimentos e consumo de alimentos aliados a religião, foi identificado 01 artigo, ao qual está escrito em inglês. No total foram utilizados nesta pesquisa 20 artigos.

Elaborou-se a rede de autores, e rede de instituições e organizações elaboradas com auxílio do software Ucinet. A nuvens de palavras, elaborada a partir das palavras-chaves e título dos artigos individualmente, com auxílio do software Nvivo ao qual identifica a frequência de utilização das palavras. O ano de publicação, as revistas, número de páginas por artigo e média, número de autores por publicação e média, procedência territorial, sendo utilizado o local em que reside o primeiro autor e *qualis* interdisciplinar e o fator de impacto das revistas, foram quantificados e expressos por gráficos ou tabelas. Também foi realizada a pesquisa destas publicações no Google Scholar para identificar a frequência de citações dos mesmos, sem limitação de tempo.

---

### 4. Bibliometria

A Tabela 01 traz informações sobre os artigos selecionados e número de páginas dos artigos:

**Tabela 01:** Quantitativo de páginas por artigo

Artigos	Páginas
---------	---------

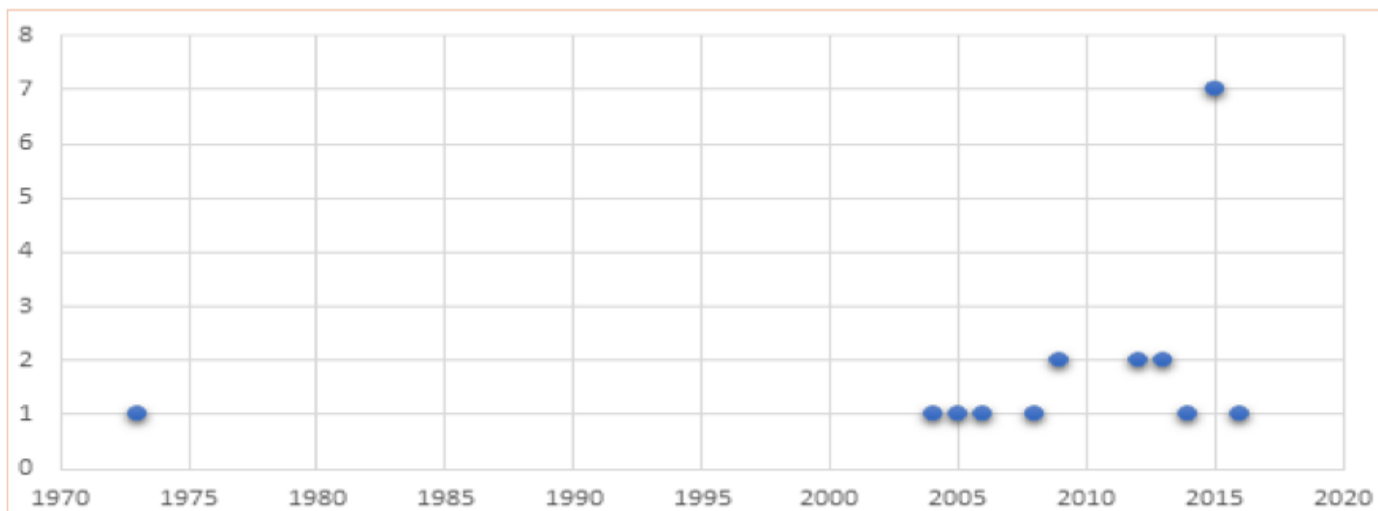
<i>Competing ideology and agricultural strategy: current agricultural development in India and China compared with Meiji strategy</i>	20
<i>The changing impact of social background on lifestyle: "culturalization" instead of individualization?</i>	23
<i>Food, ethics and aesthetics</i>	19
<i>Prediction of the environmental effects of excess nitrogen caused by increasing food demand with rapid economic growth in eastern Asian countries, 1961–2020</i>	18
<i>Meeting the demand: An estimation of potential future greenhouse gas emissions from meat production</i>	8
<i>A situation analysis of the food control systems in Arab Gulf Cooperation Council (GCC) countries</i>	7
<i>Food acquisition habits in a group of African refugees recently settled in Australia</i>	8
<i>"Can you take a picture of the wind?": a double absence framed through regional foodways and Brazilian popular music</i>	35
<i>Determinants of food choice in Irish adolescents</i>	6
<i>Rising food prices and undernourishment: A cross-country inquiry</i>	13
<i>Post-green revolution food systems and the triple burden of malnutrition</i>	10
<i>Associations between self-reported discrimination and diurnal cortisol rhythms among young adults: The moderating role of racial-ethnic minority status</i>	9
<i>Spiritual aspects of meat and nutritional security: Perspectives and responsibilities of the Abrahamic faiths</i>	14
<i>Horse Meat Consumption - Between Scandal and Reality</i>	7
<i>The seafood market in Portugal: Driving forces and consequences</i>	8
<i>The effect of product standards on agricultural exports</i>	12
<i>Failure vs. displacement: Why an innovative anti-poverty program showed no net impact in South India</i>	16
<i>Motivations for promoting the consumption of green products in an emerging country: exploring attitudes of Brazilian consumers</i>	14
<i>The Relationship Among Population Number, Food Domestic Consumption and Food Consumer Expenditure for Most Populous Countries</i>	10
<i>Obese people's perceptions of the thin ideal</i>	11

**Fonte:** Elaborado pelos autores (2016).

Foram utilizados 20 artigos nesta pesquisa como indica a tabela. Com relação ao número de páginas percebe-se uma diversificação, não existindo um padrão numérico. A média de páginas destas publicações é 13,4 páginas.

O Gráfico 01 identifica a evolução das publicações por ano:

**Gráfico 01:** Identificação das publicações por ano

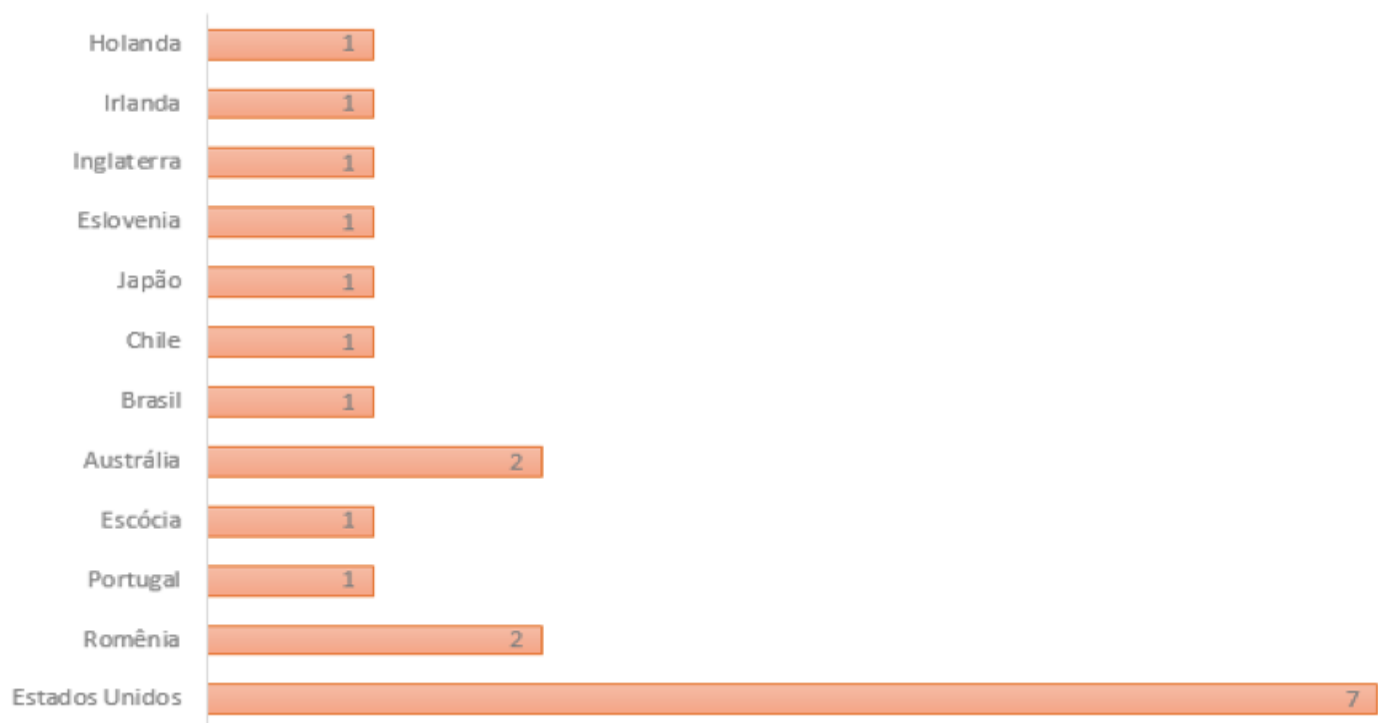


**Fonte:** Elaborado pelos autores (2016).

O período de publicação corresponde a 1973 a 2016, no mesmo foram identificados 11 anos com publicações, dos quais, 07 anos (63,6%) tem uma publicação no ano. O ano de predomínio para as publicações é 2015, ao qual, foram publicados 35% dos artigos, uma possível justificativa é o aumento das exportações do Brasil nos últimos anos, para diferentes mercados, principalmente no setor de carne de aves. Ressalta-se o distanciamento entre a primeira publicação identificada em 1973 para as próximas em 2005, cria-se uma lacuna na produção científica sobre o assunto.

As procedências territoriais dos artigos estão disponíveis no Gráfico 02:

**Gráfico 02:** Procedência Territorial dos Artigos



**Fonte:** Elaborado pelos autores (2016).

Com relação a questão de territorialidade foram identificados 12 países com publicações sobre o assunto. Destes destacam-se: Estados Unidos, Romênia e Austrália. Em conjunto, totalizam 55% dos artigos publicados e identificados nesta pesquisa.

Sobre as revistas em que os artigos foram publicados, no que refere-se ao *qualis* interdisciplinar e ao fator de impacto a Tabela 02 traz informações:

**Tabela 02:** Relação Revista Qualis Interdisciplinar e Fator de Impacto

<b>Revistas</b>	<b>Qualis Interdisciplinar</b>	<b>Fator de Impacto</b>
<i>Journal of Cleaner Production</i>	A1	4.959
<i>Psychoneuroendocrinology</i>	--	4.944
<i>Ecological Economics</i>	--	4.227
<i>Food Control</i>	A2	3.388
<i>Food Research International</i>	A2	3.378
<i>Social Science &amp; Medicine</i>	--	2.814
<i>Appetite</i>	A2	2.691
<i>Health &amp; Place</i>	--	2.441
<i>Marine Policy</i>	A2	2.407
<i>Ecological Modelling</i>	--	2.275
<i>Food Policy</i>	B1	2.044
<i>World Development</i>	--	1.965
<i>Journal of Development Economics</i>	--	1.837
<i>Food Quality and Preference</i>	B1	1.781
<i>Poetics</i>	--	1.212
<i>Canadian Journal of Latin American and Caribbean Studies</i>	--	--
<i>Procedia Economics and Finance</i>	--	--

**Fonte:** Elaborado pelos autores (2016).

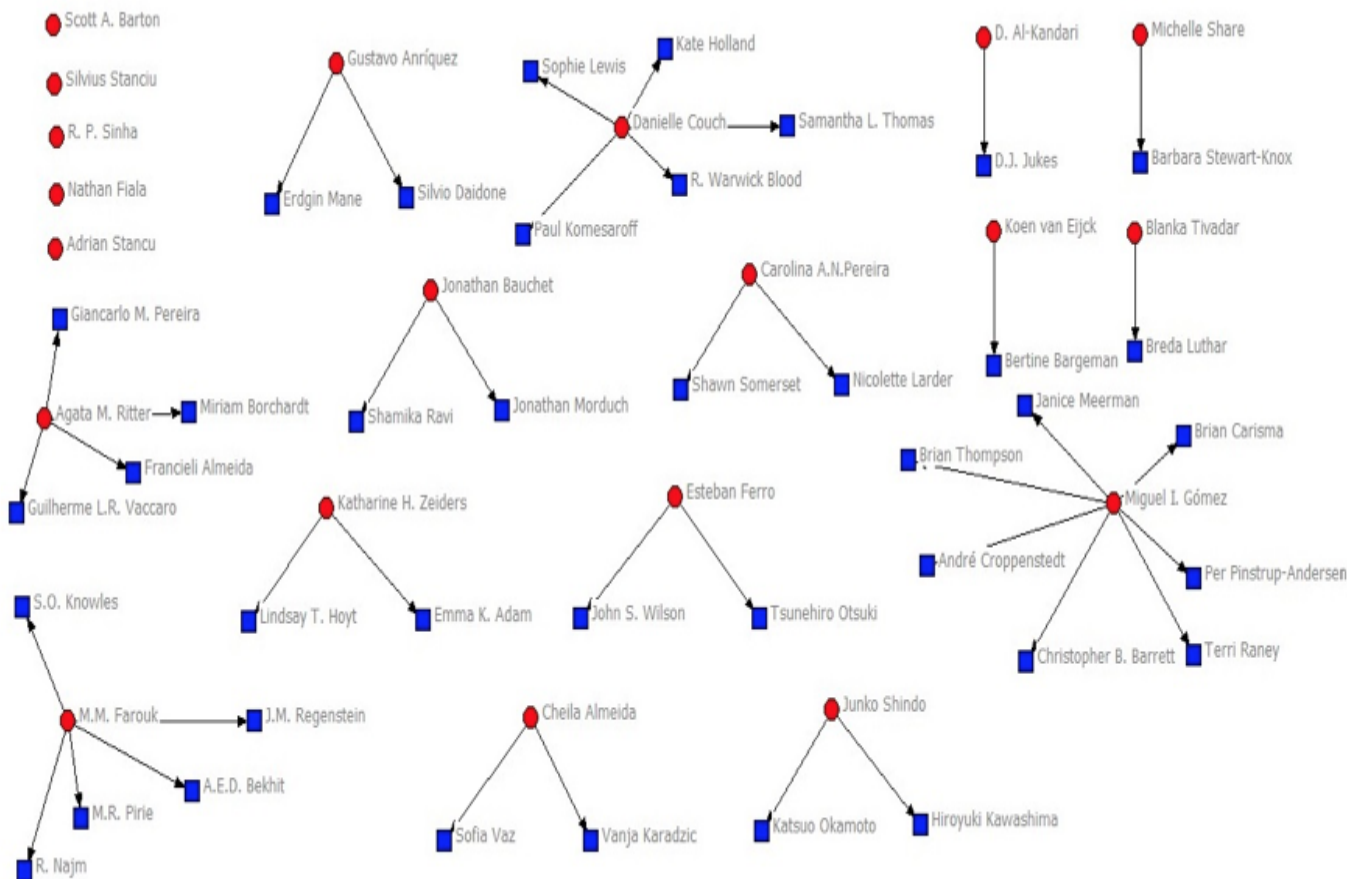
Foram identificados o Qualis Interdisciplinar de 07 revistas em um universo de 17 revistas, sendo elas: *Journal of Cleaner Production*, *Food Control*, *Food Research International*, *Appetite*, *Marine Policy*, *Food Policy* e *Food Quality and Preference*. Observa-se que o *qualis* destas revistas está entre as três melhores avaliações. O fator de impacto é mais frequente entre as revistas internacionais, todavia, não foram identificadas estas avaliações para todas as revistas, desta forma duas revistas, *Canadian Journal of Latin American and Caribbean Studies* e *Procedia Economics and Finance* não foram identificados os valores.

No Gráfico 03 há a distribuição do número de artigos por revista:









**Figura 03:** Rede de autores e coautores

A rede de autores e coautores mostra que foram realizadas interações distintas entre os pares, dentre elas cinco publicações individuais e as outras podem ser considerado mais complexo devido o número de indivíduos envolvidos para a produção. Destaca-se a rede criada por Miguel Gómez, pelo número de coautores envolvidos. Não foram encontradas relações entre os autores.

A Tabela 03, quantifica os autores por ano:

**Tabela 03:** Número de autores por ano de publicação

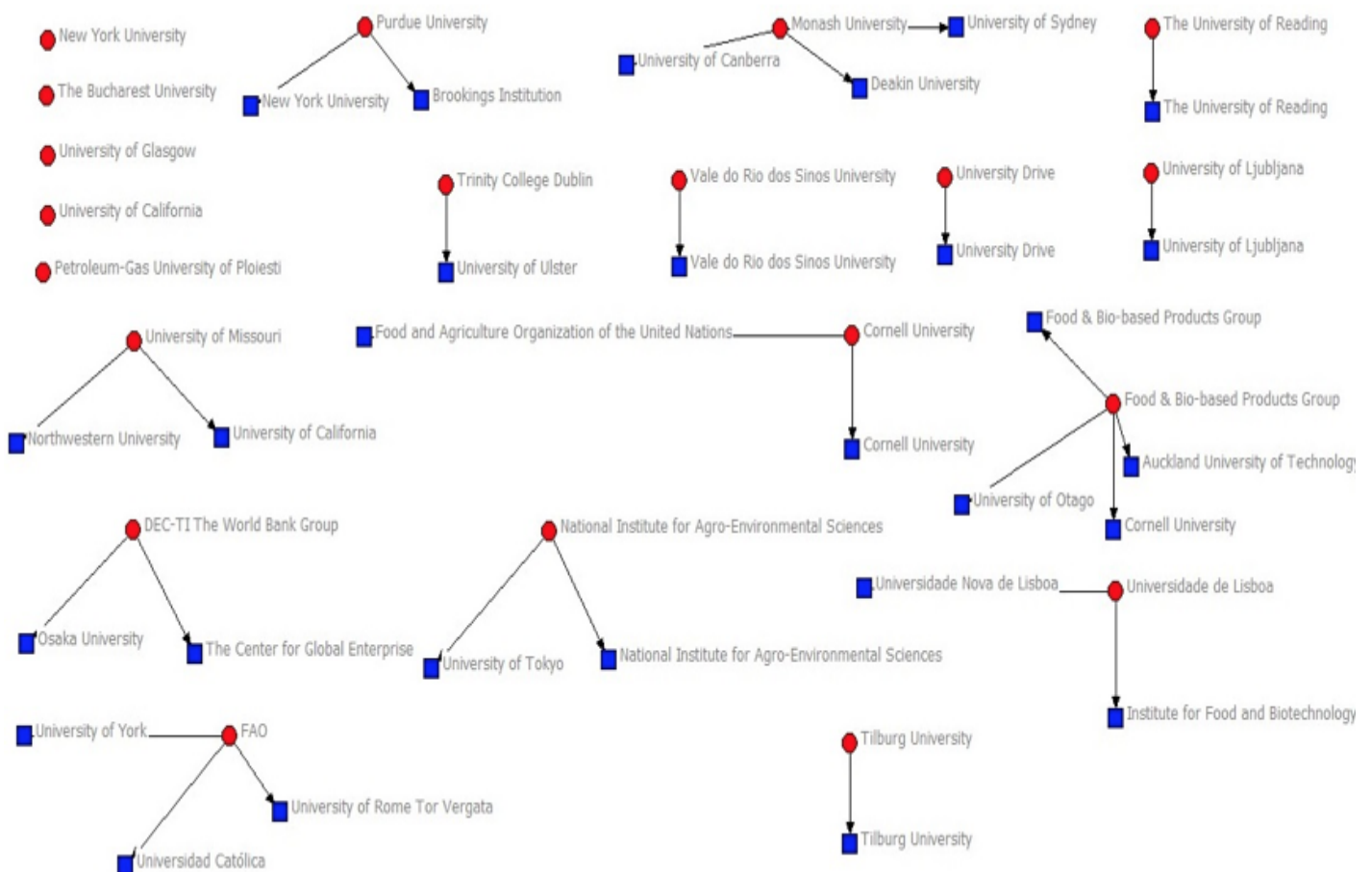
Ano de Publicação	Quantidade de Autores
2016	6
2015	23
2014	3
2013	11
2012	2
2010	3
2009	2
2008	1

2006	3
2005	2
2004	2
1973	1

**Fonte:** Elaborado pelos autores (2016).

Não existe um padrão na quantidade de autores para a produção de artigos sobre o assunto abordado. Ressalta-se que foram adicionados o número de artigos em cada ano. Dentre os 20 artigos, cinco são escritos individualmente e estão distribuídos nos anos de 2015, 2008 e 1973. A média de autores para os respectivos anos de publicação é 2,95.

No que refere-se as instituições em que os autores estão vinculados, a Figura 04 demonstra a relação entre instituições:



**Figura 04:** A relação entre instituições

As relações entre as instituições são as mais variadas. As mesmas não referem-se apenas a universidades, mas a institutos e organizações como a Organizações das Nações Unidas para Agricultura e Alimentação – FAO. As relações entre as instituições podem ser individuais, com departamentos da mesma instituição ou com outras. Destaca-se a relação formada pela *Food & Bio-Based Products Group* com três instituições distintas mais uma parceria dentro da mesma.

A Tabela 04 informa sobre o número de citações de cada artigo na *Google Scholar*:

**Tabela 04:** Número de citações na *Google Scholar* por artigo utilizado nesta pesquisa

Artigos	Número de Citações
---------	--------------------

<i>Meeting the demand: An estimation of potential future greenhouse gas emissions from meat production</i>	112
<i>The changing impact of social background on lifestyle: "culturalization" instead of individualization?</i>	103
<i>Food, ethics and aesthetics</i>	40
<i>Prediction of the environmental effects of excess nitrogen caused by increasing food demand with rapid economic growth in eastern Asian countries, 1961–2020</i>	39
<i>Rising food prices and undernourishment: A cross-country inquiry</i>	39
<i>Post-green revolution food systems and the triple burden of malnutrition</i>	35
<i>A situation analysis of the food control systems in Arab Gulf Cooperation Council (GCC) countries</i>	22
<i>Food acquisition habits in a group of African refugees recently settled in Australia</i>	15
<i>Associations between self-reported discrimination and diurnal cortisol rhythms among young adults: The moderating role of racial-ethnic minority status</i>	14
<i>The effect of product standards on agricultural exports</i>	12
<i>Determinants of food choice in Irish adolescents</i>	11
<i>Motivations for promoting the consumption of green products in an emerging country: exploring attitudes of Brazilian consumers</i>	11
<i>Competing ideology and agricultural strategy: current agricultural development in India and China compared with Meiji strategy</i>	05
<i>Failure vs. displacement: Why an innovative anti-poverty program showed no net impact in South India</i>	04
<i>Spiritual aspects of meat and nutritional security: Perspectives and responsibilities of the Abrahamic faiths</i>	03
<i>Horse Meat Consumption - Between Scandal and Reality</i>	02
<i>Obese people's perceptions of the thin ideal</i>	02
<i>"Can you take a picture of the wind?": can the absent presence be framed through regional foodways and Brazilian popular music</i>	00
<i>The seafood market in Portugal: Driving forces and consequences</i>	00
<i>The Relationship Among Population Number, Food Domestic Consumption and Food Consumer Expenditure for Most Populous Countries</i>	00

**Fonte:** Elaborado pelos autores (2016).

A pesquisa realizada na *Google Scholar* oportuniza identificar a quantidade de citações feitas. O maior número de citações é de 112, artigo publicado em 2008 e os menores duas. Há três artigos que não foram citados ainda.

---

## 5. Considerações finais

Através da pesquisa bibliométrica realizada foi possível identificar a relação dos temas abordados no contexto da produção científica em bases de dados internacionais e, ainda, a relação existente entre condições de produção e consumo de alimentos religiosos. Entre os anos de 1970 a 2005 o resultado foi de apenas uma publicação, artigo este que destaca uma visão macroeconômica em relação à demanda de alimentos e não traz o viés religioso, fator que aparentemente não era levado em consideração e que nos artigos mais recentes é sensível aos olhos dos grandes produtores e exportadores de alimentos.

É possível que o aumento das pesquisas nos últimos 10 anos tenha nexos com os aspectos provenientes da globalização e a evidente diferenciação dos mercados consumidores, que vem em contrapartida da padronização dos alimentos, exigindo rotulagens e certificações. As influências culturais no setor alimentar criam oportunidades para as organizações atenderem as necessidades específicas dos clientes. As exportações contribuem indiretamente no fortalecimento cultural e religioso das diferentes etnias, pois o consumo alimentar nem sempre está relacionado à produção local, e neste caso busca atender as exigências culturais feitas pelo consumidor.

Todavia, não se pode desvincular o aspecto cultural do econômico, pois o atendimento das características religiosas está atrelado à receita obtida nas negociações, principalmente das exportações de produtos com tais características.

Outra dimensão das pesquisas trata da preocupação em atender a demanda alimentar de forma adequada e os possíveis impactos provenientes deste fornecimento em diferentes culturas. A religião e os alimentos estão alicerçados na cultura do indivíduo, no estilo de vida, onde cada cultura carrega os elos de seus primórdios de geração em geração e a religião influencia o consumo, observando que questões como rotulagem e procedência são levadas em consideração na escolha do produto. Pode-se notar ainda que dependendo dos hábitos alimentares que cada indivíduo exerce dentro de sua religião, este causa impacto no setor agro devido suas exigências.

O método bibliométrico adotado nesta pesquisa contribui ao caracterizar de forma numérica as publicações realizadas sobre o assunto. Desta maneira é possível identificar lacunas na literatura, e oferecer a outros pesquisadores e interessados no assunto, informações sobre o tema abordado, de modo a beneficiar em suas respectivas pesquisas e ao mesmo tempo incentivar novas.

Sucedida as pesquisas com vieses em produção de alimentos e religião fica perceptível à falta de abordagens interdisciplinar, que pode ser útil e necessária, usando métodos de estatística e psicométrica para mensurar comportamentos de consumo, indagam-se assim possibilidades de novas pesquisas referentes ao assunto.

---

## Referências

- Al-Kandari, D.; Jukes, D. J. (2009). A situation analysis of the food control systems in Arab Gulf Cooperation Council (GCC) countries. **Food Control**, 20, p. 1112 – 1118.
- Almeida, C. et al. (2015). The seafood market in Portugal: Driving forces and consequences. **Marine Policy**, 61, p. 87 – 94.
- Aríquez, G. et al. (2013). Rising food prices and undernourishment: A cross-country inquiry. **Food Policy**, 38, p. 190 – 202.
- APS-Associação Paranaense de Suinocultores (2016). Consumidores europeus alavancam as exportações da chamada "comida religiosa". Disponível em <<http://www.aps.org.br/noticias/1-timas/1327-consumidores-europeus-alavancam-as-exportacoes-da-chamada-qcomida-religiosaq-.html>>. Acessado em 08 de jul 2016.
- Barton, S. A. (2012). "Can you take a Picture of the Wind?": *candomblé's* absent presence framed through regional foodways and brazilian popular music. **Canadian Journal of Latin American and Caribbean Studies**, 37, p. 137 – 172.

- Bauchet, J. et al. (2015). Failure vs. displacement: Why an innovative anti-poverty program showed no net impact in South India. **Journal of Development Economics**, 116, p. 1 – 16.
- Center, P.H. (2015). Pew Forum on Religion and Public **"The future of world religions: Population and Growth Projections 2010-2050,"** Washington.
- Constituição da República Federativa do Brasil. (1988). Disponível em [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/constituicao/constituicaocompilado.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicaocompilado.htm) Acessado em: jul. 2016.
- Couch D. et al. (2016). Obese people's perceptions of the thin ideal. **Social Science & Medicine**, 148, p. 60 – 70.
- Eijck, K.; Bargeman, B. (2004). The changing impact of social background on lifestyle: "culturalization" instead of individualization?. **Poetics**, 32, p. 439 – 461.
- Engelland, B. T. (2014). Religion, humanism, marketing, and the consumption of socially responsible products, services, and ideas: Introduction to a special topic section. **Journal of Business Research**, 67, n. 2, p. 1-4.
- Farouk, M. M. et al. (2015). Spiritual aspects of meat and nutritional security: Perspectives and responsibilities of the Abrahamic faiths. **Food Research International**, 76, p. 882 – 895.
- Ferro, E. et al. (2015). The effect of product standards on agricultural exports. **Food Policy**, 50, p. 68 – 79.
- Fiala, N. (2008). Meeting the demand: An estimation of potential future greenhouse gas emissions from meat production. **Ecological Economics**, 67, p. 412 – 419.
- Fiore, G.; Fonseca, A. (2014). A Influência da Religião no Hábito Alimentar de seus Adeptos. Disponível em < <http://www.unilago.edu.br/revista/edicaoatual/Sumario/2014/downloads/4.pdf>>. Acessado em 03 de julho de 2016.
- Gómez, M. I. et al. (2013). Post-green revolution food systems and the triple burden of malnutrition. **Food Policy**, v. 42, p. 129 – 138.
- Gilovich, T.; Griffin, D. (2002). Introduction-heuristics and biases: Then and now. Livro **Heuristics and biases: The psychology of intuitive judgment**, p. 1-18.
- Haque, A., R.; Rahman, S.; Haque, M. (2011) Religiosity ethnocentrism and corporate image towards the perception of young muslim consumers: Structural equation modeling approach. **European Journal of Social Sciences**, 23 (1), p. 98-108.
- Kaplan, R. S.; Norton, D. P. (2004). **Mapas estratégicos: convertendo ativos intangíveis em resultados tangíveis**. Gulf Professional Publishing.
- Kotler, P.; Keller, K. L. (2006). **Administração de Marketing**.
- Martin, W. C.; Bateman, C. R. (2014). Consumer religious commitment's influence on ecocentric attitudes and behavior. **Journal of Business Research**, 67 (2), p. 5-11.
- Ozaki, R.; Dodgson, M. (2010). Adopting and consuming innovations. **Prometheus**, 28 (4), p. 311-326.
- Pereira, C. A. N. et al. (2010). Food acquisition habits in a group of African refugees recently settled in Australia. **Health & Place**, 16, p. 934 – 941.
- Pereira, V. (2016). O Estado Laico e a Democracia. Disponível em <<http://www.amperj.org.br/artigos/view.asp?ID=99>> Acessado em: jul. 2016.
- Ritter, A. M. et al. (2015). Motivations for promoting the consumption of green products in na emerging country: exploring attitudes of Brazilian consumers. **Journal of Cleaner Production**, 106, p. 507 – 520.
- Share, M.; Stewart-Knos, B. (2012). Determinants of food choice in Irish adolescents. **Food Quality and Preference**, 25, p. 57 – 62.
- Shindo, J. et al. (2006). Prediction of the environmental effects of excess nitrogen caused by increasing food demand with rapid economic growth in eastern Asian countries, 1961–2020. **Ecological Modelling**, 193, p. 703 – 720.
- Sinha, R. P. (1973). Competing ideology and agricultural strategy: current agricultural development India and China compared with Meiji strategy. **World Development**, 1, p. 11 – 30.

Stanciu, S. (2015). Horse Meat Consumption - Between Scandal and Reality. **Procedia Economics and Finance**, 23, p. 697 – 703.

Stanciu, A. (2004). The Relationship Among Population Number, Food Domestic Consumption and Food Consumer Expenditure for Most Populous Countries. **Procedia Economics and Finance**, 22, p. 333 – 342.

Suárez-Orozco, M. M.; Qin-Hilliard, D. (2004). Globalization: Culture and education in the new millennium. **University of California Press**.

Swimberghe, K.R., Sharm, D., Flurry, L.W. (2011). Does a Consumer's Religion Really Matter in the Buyer-Seller Dyad? An Empirical Study Examining the Relationship Between Consumer Religious Commitment, Christian Conservatism and the Ethical Judgment of a Seller's Controversial Business Decision. **Journal of Business Ethics**, 102 (4), p. 581-598.

Tivadar, B.; Luthar, B. (2005). Food, ethics and aesthetics. **Appetite**, 44, p. 215 – 233.

Zeiders, K. H. et al. (2014). Associations between self-reported discrimination and diurnal cortisol rhythms among young adults: The moderating role of racial - ethnic minority status. **Psychoneuroendocrinology**, 50, p. 280 – 288.

- 
1. bBacharel e licenciado em Geografia, Mestrando em Agronegócios pela Universidade Federal da Grande Dourados
  2. Bacharel em Ciências Contábeis, Mestre em Agronegócios e Doutoranda em Desenvolvimento Regional e Agronegócios pela Universidade Estadual do Oeste do Paraná. Email: [lucianamario@yahoo.com.br](mailto:lucianamario@yahoo.com.br)
  3. Bacharel em Administração e Mestranda em Agronegócios pela Universidade Federal da Grande Dourados
  4. Bacharel em Administração e Mestrando em Agronegócios pela Universidade Federal da Grande Dourados
  5. Bacharel em Direito e Mestranda em Agronegócios pela Universidade Federal da Grande Dourados
  6. Doutor em Educação e Pós Doutor em Agronegócios e Professor no Programa de Pós-Graduação em Agronegócios na Universidade Federal da Grande Dourados
  7. Pós-Doutor pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul e Professor no Programa de Pós-Graduação em Agronegócios na Universidade Federal da Grande Dourados
- 

Revista ESPACIOS. ISSN 0798 1015  
Vol. 38 (Nº 12) Año 2017

[Índice]

[En caso de encontrar algún error en este website favor enviar email a [webmaster](#)]

©2017. revistaESPACIOS.com • Derechos Reservados