

INFLUÊNCIA DA MÍDIA NA CONSTRUÇÃO DO HÁBITO ALIMENTAR INFANTIL

Krystin Obara – Centro Universitário Filadélfia – UniFil

Orientadora: Prof^a Ms. Lucievelyn Marrone – Centro Universitário Filadélfia – UniFil

Resumo

Considera-se a mídia como um importante determinante ambiental do comportamento alimentar, pois estabelece padrões de consumo de alimentos. Em vista disso, este resumo estendido faz parte do Trabalho de Conclusão de Curso (TCC), no qual se pretende estudar o hábito alimentar infantil influenciado pela mídia, bem como as regulamentações da publicidade de alimentos, e a contribuição positiva da educação alimentar infantil. Trata-se de uma pesquisa bibliográfica por livros, sites de Associações e Conselhos Governamentais, e artigos publicados na base de dados SciELO, Medline e CAPES, datados dentre 2000 e 2013. Os fatores que determinam o hábito alimentar são de origem biológica, psicológica e ambiental, e esse comportamento é formado na infância. Dentre os meios de comunicação existentes, as crianças permanecem mais tempo frente à televisão, de modo que a publicidade de alimentos exerce forte influência sobre o consumo alimentar infantil. Os comerciais mais veiculados pela televisão são de produtos ricos em gordura, óleos e açúcar, agravando a questão da obesidade na população brasileira. Foram incorporadas, então, novas recomendações sobre as ações de *merchandising*, não sendo mais permitidas as voltadas à população infantil. Deve haver, portanto, orientações educacionais sobre dieta saudável nos espaços/instituições frequentados pelas crianças, visando melhor hábito alimentar infantil.

Palavras-chave: Comportamento Alimentar; Infância; Publicidade de Alimentos; Legislação; Educação Nutricional.

O hábito alimentar é formado na infância, e os fatores que determinam o comportamento alimentar são de origem biológica, psicológica e ambiental (DIEZ; CERVATO-MANCUSO, 2012). Gouveia, Yoneta e Macini (2010) explicam que a escolha por alimentos pouco nutritivos e com alta densidade calórica é estimulada pelo costume de assistir televisão. Devido à imaturidade das crianças quanto ao senso crítico e à tomada de decisões, as mesmas são vulneráveis aos apelos comerciais, sendo bombardeadas com uma publicidade voltada especificamente a

elas. Por isso, Valle e Euclydes (2007) defendem que, apesar de ser um desafio, os profissionais da saúde precisam estimular o contato com alimentos saudáveis, pois, segundo Ramos e Stein (2000), é possível conseguir mudanças no padrão alimentar das crianças com a elaboração de processos educativos.

Os meios de comunicação exercem forte influência sobre o consumo de alimentos e, dentre os meios de comunicação existentes, o tempo de permanência em frente à televisão é alto, de modo que apenas 30 segundos de exposição aos comerciais de alimentos já é capaz de influenciar as crianças na escolha do produto (MIOTTO; OLIVEIRA, 2006). O estudo de Almeida, Nascimento e Quaioti (2002) revelou que 60% dos comerciais de alimentos veiculados pela televisão são de produtos ricos em gordura, óleos e açúcar, influenciando o hábito alimentar de crianças e jovens, agravando a questão da obesidade na população brasileira. A revisão bibliográfica de Valle e Euclydes (2007) mostrou que as crianças que assistiram mais à televisão durante a infância tiveram aumento da massa gorda acentuada, por promover o sedentarismo e estimular a ingestão de alimentos calóricos.

O jornal O Estado de S.Paulo veiculou, em 23 de fevereiro de 2013, a notícia de que desembargadores do Tribunal Regional Federal (TRF) da 1ª Região confirmaram a suspensão da resolução da Agência Nacional de Vigilância Sanitária – ANVISA – de junho de 2010 que visava regulamentar a propaganda de alimentos e bebidas com teores elevados de gordura, açúcar, sal e de baixo valor nutricional, atentando a população sobre a associação do consumo desses alimentos e problemas de saúde.

A partir do primeiro dia do mês de março de 2013, a Seção 11 do Código Brasileiro de Autorregulamentação Publicitária (criado em 1980) incorporou novas recomendações, particularmente as ações de *merchandising*, que não serão mais admitidas quando dirigidas ao público infantil (CONAR, 2013).

Diante desse contexto, Soares et al. (2010) comentaram que, por meio da educação nutricional, é possível abordar estratégias de intervenção, buscando o melhor hábito alimentar das crianças e melhor perfil nutricional, portanto, as escolas devem investir nesse processo educacional, visando a prevenção e o tratamento da obesidade infantil e outras patologias na vida adulta.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALMEIDA, Sebastião de Sousa; NASCIMENTO, Paula Carolina BD; QUAIOTI, Teresa Cristina Bolzan. Quantidade e qualidade de produtos alimentícios anunciados na televisão brasileira. **Revista de Saúde Pública**, São Paulo, v.36, n.3, p. 353-355, jun. 2002.

CONAR. Conselho Nacional de Autorregulamentação Publicitária. **Boletim do CONAR**, n. 199, fev. 2013. Disponível em: <<http://www.conar.org.br>>. Acesso em: 22 abr. 2013.

DIEZ-GARCIA, Rosa Wanda; CERVATO-MANCUSO, Ana Maria. **Mudanças alimentares e educação nutricional**. Rio de Janeiro: Guanabara Koogan, 2012.

GARCIA, Rosa Wanda Diez. Reflexos da globalização na cultura alimentar: considerações sobre as mudanças na alimentação urbana. **Revista de Nutrição**, Campinas, v.16, n.4, out./dez., 2003.

GOUVEIA, Ana Gabriela Cepeda; YONETA, Sofia Sayuri; MANCINI, Marcio. A criança e a mídia. **Revista da ABESO – Associação Brasileira para o Estudo da Obesidade e da Síndrome Metabólica**, n. 48, ano X, dez. 2010.

MIOTTO, Ana Cristina; OLIVEIRA, Ana Flávia. A influência da mídia nos hábitos alimentares de crianças de baixa renda do Projeto Nutrir. **Revista Paulista de Pediatria**, São Paulo, v.24, n.2, p.115-120, jun. 2006.

O ESTADO DE S.PAULO, Jornal. **TRF libera propaganda de alimentos ricos em gordura**. São Paulo, 23 fev. de 2013. Disponível em: <<http://www.estadao.com.br/noticias/impreso,trf-libera-propaganda-de-alimentos-ricos-em-gordura-,1000378,0.htm>>. Acesso em: 22 abr. 2013.

RAMOS, Maurem; STEIN, Lilian M. Desenvolvimento do comportamento alimentar infantil. **Jornal de Pediatria**, v.76, supl.3, p. 229-237, nov./dez.2000.

SOARES, Ana Paula; et al. Influência da televisão nos hábitos alimentares e estado nutricional de escolares da cidade de Blumenau/SC. **Brazilian Journal of Food Technology**, Campinas, III SSA, n.13, p.81-86, nov. 2010.

VALLE, Janaína Mello Nasser; EYCLYDES, Marilene Pinheiro. A formação dos hábitos alimentares na infância: uma revisão de alguns aspectos abordados na literatura nos últimos dez anos. **Revista de Atenção Primária à Saúde**, Universidade Federal de Juiz de Fora, v.10, n.1, p. 56-65, jan./jun. 2007.