

**FUNDAÇÃO OSWALDO ARANHA
CENTRO UNIVERSITÁRIO DE VOLTA REDONDA
CURSO DE GRADUAÇÃO EM NUTRIÇÃO
TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO**

THAÍS TEIXEIRA DE CARVALHO

**A INFLUÊNCIA DA MÍDIA TELEVISIVA NO PADRÃO ALIMENTAR DE CRIANÇAS
EM IDADE ESCOLAR**

VOLTA REDONDA

2019

FUNDAÇÃO OSWALDO ARANHA
CENTRO UNIVERSITÁRIO DE VOLTA REDONDA
CURSO DE GRADUAÇÃO EM NUTRIÇÃO
TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO

**A INFLUÊNCIA DA MÍDIA TELEVISIVA NO PADRÃO ALIMENTAR DE CRIANÇAS
EM IDADE ESCOLAR**

Trabalho de Conclusão de Curso
apresentado ao Curso de Nutrição do
UniFOA como requisito à obtenção do título
de Bacharel em Nutrição.

Acadêmica: Thais Teixeira de Carvalho
Orientador: Profª Me. Ivyna Spinola Caetano
Jordão

VOLTA REDONDA
2019

FICHA CATALOGRÁFICA

Bibliotecária:Alice Tacão Wagner - CRB 7/RJ 4316

C331iCarvalho, Thaís Teixeira de

A influência da mídia televisionada no padrão alimentar de crianças. / Thaís Teixeira de Carvalho. – Volta Redonda: UniFOA, 2019.

18 p. II.

Orientador(a): Ivyna Spinola Caetano Jordão

Monografia (TCC) – UniFOA / Curso de Nutrição, 2019.

1. Nutrição - TCC. 2. Crianças – comportamento alimentar - mídia.I. Jordão, Ivyna Spinola Caetano. II. Centro Universitário de Volta Redonda. III. Título.

CDD 613

FOLHA DE APROVAÇÃO

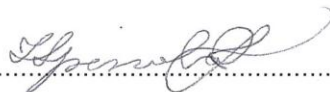
Trabalho de Conclusão de Curso intitulado:

A INFLUÊNCIA DA MÍDIA TELEVISIVA NO PADRÃO ALIMENTAR DE CRIANÇAS EM IDADE ESCOLAR

Elaborado por Thaís Teixeira de Carvalho apresentado publicamente perante a Banca Avaliadora, como parte dos requisitos para conclusão do Curso de Nutrição.

Aprovada em 22 de Maio de 2019

Banca Avaliadora:



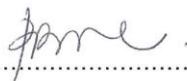
.....
Professor Orientador

Ivyna Spindola Caetano Jordão, Mestre, Centro Universitário de Volta Redonda



.....
Professor Avaliador

Paula Alves Leoni, Mestre, Centro Universitário de Volta Redonda



.....
Professor Avaliador

Paula Balbi de Melo Hollanda Cordeiro, Mestre, Centro Universitário de Volta Redonda

Dedico este trabalho primeiramente a Deus, que me sustentou em cada passo dessa jornada. Em seu grandioso amor por mim me presenteou com pais maravilhosos, que não mediram esforços para realizar meu sonho, muitas vezes abdicaram de algo para si próprio para que eu pudesse chegar onde hoje estou. Por vocês meu eterno amor e gratidão, essa vitória também é de vocês.

AGRADECIMENTOS

Primeiramente a Deus por ter me sustentado nesta caminhada diante de todas as dificuldades.

A minha orientadora pela confiança e disponibilidade de seu tempo para me auxiliar neste processo, esclarecendo dúvidas, realizando correções e sempre com palavras de incentivo.

Aos meus pais e irmãos, por todo esforço, amor e apoio para que eu pudesse realizar meu sonho.

A toda minha família e amigos, que direta ou indiretamente, participaram da minha formação, muito obrigada.

“QUE SEU REMÉDIO SEJA
SEU ALIMENTO, E QUE SEU
ALIMENTO SEJA O SEU
REMÉDIO.”

HIPOCRATES

RESUMO

Os hábitos alimentares de um indivíduo podem ser multifatoriais, tendo como um desses fatores a influência da mídia. Na infância e na adolescência os meios de comunicação influenciam o consumo dos alimentos devido à quantidade de conteúdo destinados ao público infantil com apelo exagerado utilizado pelo marketing das empresas envolvidas na criação de produtos para esse público. O objetivo deste estudo é realizar uma revisão de literatura sobre a influência da mídia televisiva nos hábitos alimentares de crianças em idade escolar. Trata-se de uma revisão narrativa com a utilização de artigos científicos indexados nos últimos 19 anos. O estudo concluiu que existe uma associação entre a influência das mídias televisivas nos hábitos alimentares de crianças em idade escolar, além de, identificar que as propagandas possuíam a capacidade de influenciar as decisões de compra da família em geral.

Palavras-chave: Nutrição infantil. Comportamento alimentar. Criança.

ABSTRACT

The eating habits of an individual can be multifactorial, having as one of these factors the influence of the media. In childhood and adolescence the media influence the consumption of food due to the amount of content intended for children with an exaggerated appeal used by the marketing of the companies involved in creating products for this audience. The objective of this study is to conduct a literature review on the influence of television media on the eating habits of school-aged children. This is a narrative review using scientific articles indexed in the last 19 years. The study concluded that there is an association between the influence of television media on the eating habits of school-aged children, as well as to identify that advertisements had the ability to influence the buying decisions of the family in general.

Keyword: Infant Nutrition. Feeding Behavior. Child

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	12
2. MÉTODOS	13
3. REVISÃO DE LITERATURA	13
4. CONCLUSÃO.....	16
REFERÊNCIAS.....	17

LISTA DE QUADROS

Quadro 1. Estudos que investigaram a influência da mídia televisiva nos hábitos alimentares de crianças em idade escolar	14
--	----

1. INTRODUÇÃO

A alimentação de um indivíduo é construída com o passar do tempo e com a influência de alguns fatores, como cultura, ambiente familiar e social. Os hábitos de um indivíduo são, inclusive, influenciados pela mídia, que é uma importante ferramenta que conduz as informações à população. Essa influência pode ser positiva ou negativa (MIOTO; OLIVEIRA, 2006).

Dentre as fases da vida, temos a infância (5 a 9 anos) e a adolescência (10 a 19 anos) que são períodos de intensas modificações fisiológicas, psicológicas e sociais. Fatores extrínsecos como, por exemplo, hereditários, ambientais, psicológicos e nutricionais influenciam as diversas modificações desse período. Por ser uma fase rica em mudanças físicas até comportamentais, acaba sendo também o período em que são construídos e consolidados os hábitos alimentares e estilo de vida (CARVALHO *apud* BOCCALETTO; MENDES, 2009; MAHAM; ESCOTT-STUMP; RAYMOND, 2012).

Segundo Aquino e Philippi (2002), o comportamento ou hábito alimentar é fruto de um processo construído a partir da escolha de um conjunto de ações praticadas em relação ao alimento, dentre as quais estão as preferências e aversões a alguns alimentos, e ressalta a importância das questões publicitárias referentes à alimentação.

Os meios de comunicação influenciam o consumo dos alimentos, pois se envolve tanto com o desejo quanto com a necessidade da criança. A quantidade de produtos destinados ao público infantil tem apelo exagerado, sendo essa estratégia utilizada pelo marketing das empresas para lucrar mais com esse público (VARGAS, 2009). Muitos anúncios acabam transmitindo uma ideia equivocada sobre a qualidade do produto comercializado, pois muitos contêm mensagens enganosas sobre os reais valores nutricionais dos produtos (CARVALHO *apud* BOCCALETTO; MENDES, 2009).

O uso de promoções em comerciais para crianças em idade escolar também é muito utilizado, vinculando aos produtos prêmios ou brindes, muitas vezes colecionáveis. Além disso, o uso de músicas, *jingles* e *slogans*, de fácil memorização, também são recursos utilizados para atrair a atenção do

telespectador. Sabendo que uma exposição de 30 segundos a comerciais de TV é capaz de influenciar a escolha por um determinado produto, a maioria dos anúncios publicitários tem essa duração (SANTOS, 2007).

Em 2008 foi criada a Resolução nº408, pelo Conselho Nacional de Saúde, responsável pela regulamentação de diversas diretrizes relacionadas a promoção de alimentação saudável, dentre as quais consta a regulamentação das práticas de marketing de alimentos direcionadas ao público infantil, estabelecendo critérios que permitam a informação correta à população, a identificação de alimentos saudáveis, o limite de horários para veiculação de peças publicitárias, a proibição da oferta de brindes que possam induzir o consumo e o uso de frases de advertência sobre riscos de consumo excessivo, entre outros;

Portanto, o objetivo deste estudo é realizar uma revisão de literatura sobre a influência da mídia televisiva nos hábitos alimentares de crianças em idade escolar.

2. MÉTODOS

O presente estudo trata-se de uma revisão narrativa a partir de artigos científicos nacionais e internacionais, todos indexados entre os anos de 2000 e 2018. Foram utilizadas às bases de dados Pubmed[®] e Scielo[®] para a busca das referências científicas. Para a pesquisa o conector “e” foi relacionado com as seguintes palavras-chave, na língua portuguesa: “influência”, “mídia”, “alimentação”, “obesidade” e “infância”.

3. REVISÃO DE LITERATURA

A busca bibliográfica, segundo a estratégia pré-estabelecida, resultou em seis artigos na base de dados utilizadas. O quadro 1 ilustra os artigos encontrados que investigaram a influência da mídia televisiva nos hábitos alimentares de crianças em idade escolar.

Quadro 1 – Estudos que investigaram a influência da mídia televisiva nos hábitos alimentares de crianças em idade escolar.

Autor	População	Objetivo
Miotto e Oliveira (2006)	Crianças de 7 a 10 anos de idade, matriculadas em 2005 na 1ª a 4ª série do ensino fundamental de uma escola filantrópica do Município de Cascavel (PR).	Avaliar a influência da mídia nos hábitos alimentares de crianças de baixa renda.
Buijzen, Schuurman e Bomhof (2007)	Levantamento em 234 domicílios com crianças de 4 a 12 anos.	Investigar as associações entre a exposição de crianças à publicidade de alimentos e seu consumo de marcas de alimentos anunciadas, categorias de produtos alimentícios com alta densidade de energia e produtos alimentares em geral.
Gallo (2011)	27 crianças de 7 e 9 anos de idade.	Compreender relações entre comportamento alimentar em crianças e exposição a propagandas de alimentos veiculados pela televisão.
Rodrigues e Fiates (2012)	111 estudantes de 7 a 10 anos de uma escola pública e uma escola particular de Florianópolis (SC).	Comparar hábitos alimentares e comportamento de consumo de crianças de diferentes níveis de renda familiar de Florianópolis (SC), Brasil, relacionando-os com o hábito de assistir à televisão.
Santos et al. (2012)	Gravação das programções de três emissoras de canal aberto nos períodos da manhã, tarde e noite em horários pré-estabelecidos.	Análise de conteúdo dos comerciais de alimentos veiculados na televisão, considerando a frequência e tipos de produtos anunciados, bem como as estratégias de promoção adotadas, a fim de subsidiar políticas públicas e privadas.
Motto-Gallo, Gallo e Cuenca (2013)	14 entrevistas semi-estruturadas foram aplicadas em cuidadores (mãe, pai e avó) de 29 crianças escolares com idade entre 7 e 9 anos, matriculadas na 2ª Série do Ensino Fundamental de uma Escola Pública da periferia urbana de um município do Nordeste Brasileiro.	Aprofundar a compreensão sobre a influência da televisão nos hábitos alimentares de crianças a partir da análise da percepção dos cuidadores – mãe, pai e avó.

Fonte: Autor

Um primeiro estudo realizado por Miotto e Oliveira (2006), ao avaliar a influência da mídia na preferência alimentar em crianças 7 a 10 anos de idade, matriculadas da 1ª a 4ª série do ensino fundamental de baixa renda do “Projeto Nutrir”, em Cascavel no Paraná, identificou que a influência da propaganda de alimentos no desejo de consumo das crianças foi alta, pois 64% dos entrevistados relataram ter desejo pelos alimentos veiculados nas propagandas e 94,7% das mães atendiam, sempre que possível, ao pedido dos filhos, mesmo sendo de baixa renda.

Outro estudo realizado por Gallo (2011), avaliou a relação entre comportamento alimentar e a exposição a propagandas de alimentos veiculados pela televisão em crianças de 7 a 9 anos do Agreste Meridional Pernambucano. Como resultado, foi possível obter que a publicidade interfere na culinária familiar e nas opções alimentares das crianças, causando variações no cardápio familiar ao incorporar alimentos com predominância de alto processamento e baixo valor nutricional.

Zuchetto e Miranda (2011) afirmam que, algumas famílias chegam a oferecer alimentos com alto teor de gordura ou calorias para seus filhos, por algum motivo de culpa ou stress, e acabam desencadeando quadros de obesidade na infância.

Rodrigues e Fiates (2012) ao relacionar o hábito de assistir à televisão com os hábitos alimentares e comportamento de consumo de crianças de 7 a 10 em diferentes níveis de renda familiar em uma escola pública e uma particular de Florianópolis em Santa Catarina, identificou que a maioria das crianças, em ambas as escolas, assistiam à televisão sempre que possível, sem ter controle dos pais sobre esse hábito. Entretanto, os estudantes da escola pública relataram a ingestão mais frequente de guloseimas e mais liberdade para fazer compras do que os estudantes da escola particular. É possível que o controle dos pais sobre os hábitos de seus filhos, mais percebido pelos estudantes da escola particular, tenha reduzido uma provável influência da TV sobre os hábitos alimentares e de compra dessas crianças.

Em um estudo em 234 domicílios, realizado por Buijzen, Schuurman e Bomhof (2007), com crianças de 4 a 12 anos, investigou a associação entre a exposição de crianças à publicidade de alimentos e seu consumo de marcas de alimentos anunciadas, categorias de alimentos intensamente anunciadas e produtos alimentares em geral. Pode-se concluir que a exposição das crianças à publicidade

de alimentos estava significativamente relacionada ao consumo das marcas mais anunciadas e categorias de produtos altamente calóricos.

Segundo Mendonça et al. (2010), o excesso de tempo em exposição a televisão facilita a influência por produtos vinculados a personagem, impedindo que as crianças desenvolvam maior conhecimento sobre o campo nutricional.

Rezende e Rezende (1993) apud Carvalho e Tamasia (2016) discorrem que, muitas crianças diante dos meios de comunicação são como “um ser não pronto”. Porém, diante da mesma situação existem diferentes conclusões, pois outros autores acreditam que as crianças que assistem à televisão têm a total liberdade para escolher o que é bom ou não para elas, aceitar, ou mesmo recusando, o que é transmitido (BELLONI; BÉVORT, 2009).

Em outro ponto de vista, Motto-Gallo, Gallo e Cuenca (2013), ao aprofundar a compreensão sobre a influência da televisão nos hábitos alimentares de crianças à partir da análise da percepção dos cuidadores (mãe, pai e avó), identificaram que as propagandas de alimentos veiculadas pela televisão influenciavam nas demandas e nos critérios de escolha dos alimentos e dos brinquedos das crianças. Também perceberam que as decisões de compra da família passam a ser reguladas pelas solicitações das crianças motivadas pelas propagandas televisivas.

Segundo Santos et al. (2012), ao analisar o volume das propagandas veiculadas pela TV sobre produtos alimentícios, classificar estes de acordo com a pirâmide alimentar e identificar o conteúdo calórico dos alimentos mais anunciados, descreveu que foram encontradas 239 propagandas em 336 horas de gravação, 85% dos produtos estavam no grupo da pirâmide alimentar, representado por doces e gorduras, além disso, observou-se total ausência de frutas, hortaliças e uma maior divulgação de produtos mais calóricos e com maior concentração de sódio do que o recomendado para um adulto saudável.

4. CONCLUSÃO

Conclui-se que os estudos evidenciaram uma associação entre a influência das mídias televisivas nos hábitos alimentares de crianças em idade escolar, além de, identificar que as propagandas possuíam a capacidade de influenciar as decisões de compra da família em geral.

Segundo a Resolução nº 408/2008 do Conselho Nacional de Saúde, o público infantil é o mais vulnerável aos apelos promocionais. Portanto, em se tratando da importância do tema e do tempo de criação de tal resolução, seria válido considerar uma revisão e atualização da mesma.

Vale ressaltar que, a má alimentação, causada pela influência alimentar negativa da mídia, pode causar limitações no aprendizado de crianças. Deixa-se como sugestão a inclusão do nutricionista nas escolas, uma vez que esse profissional possui habilitação e capacitação para produção de estratégias contribuintes, relacionadas à alimentação, para adoção de hábitos mais saudáveis pela criança.

REFERÊNCIAS

AQUINO, R. C.; PHILIPPI, S. T. Consumo infantil de alimentos industrializados e renda familiar na cidade de São Paulo. *Revista de Saúde Pública*, v. 36, n. 6, p. 655-660, 2002.

Associação Brasileira para Estudo da Obesidade e da Síndrome Metabólica – ABESO. Mapa da Obesidade. 2009. Disponível em: <<http://www.abeso.org.br/atitude-saudavel/mapa-obesidade>> Acesso em: 03 de out. 2018.

BELLONI, M. L.; BÉVORT, E. Mídia-educação: conceitos, história e perspectivas. *Educação & Sociedade*, v. 30, n. 109, p. 1081-1102, 2009.

BUIJZEN, M.; SCHUURMAN, J.; BOMHOF, E. Associations between children's television advertising exposure and their food consumption patterns: A household diary–survey study. *Appetite*, v. 50, p. 231-239, 2007.

CARVALHO, E. B. Influência das propagandas de televisão na alimentação de crianças e adolescentes. In BOCCALETTO, E. M. A.; MENDES, R. T. Alimentação, atividade física e qualidade de vida dos escolares do município de Vinhedo, SP. Campinas: Ipes Editorial, 1 ed., v. 1, p. 23-30, 2009.

GALLO, S. K. A. M. Comportamento alimentar e mídia: a influência da televisão no comportamento alimentar de crianças do Agreste Meridional Pernambucano, Brasil. Universidade de São Paulo, 2011.

MAHAM, L.K.; ESCOTT-STUMP, S.; RAYMOND, J.L. Krause: Alimentos, nutrição e dietoterapia. 13 ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2012.

MENDONÇA M. R. T.; et al. Prevalência de sobrepeso e obesidade em crianças e adolescentes da cidade de Maceió. Revista da Associação Médica Brasileira, v. 56, n. 2, p. 192-196, 2010.

MIOTTO, A. C.; OLIVEIRA, A. F. A influência da mídia nos hábitos alimentares de crianças de baixa renda do Projeto Nutrir. Rev. Paul. Pediatria, v. 24, n. 2, p. 115-120, 2006.

MOTTA-GALLO, S.; GALLO, P.; CUENCA, A. Influência da televisão nos hábitos alimentares de crianças do nordeste brasileiro. Journal of Human Growth and Development, v. 23, n. 1, p. 87-93, 2013.

REZENDE, A. L. M.; REZENDE N. B. A Tevê e a criança que te vê. São Paulo: Cortez, 1993 in CARVALHO F. M.; TAMASIA G. A. A influência da mídia na alimentação infantil. Faculdades Integradas do Vale do Ribeira, 2016.

RODRIGUES, V. M.; FIATES, G. M. R. Hábitos alimentares e comportamento de consumo infantil: influência da renda familiar e do hábito de assistir à televisão. *Rev. Nutr.*, v. 25, n. 3, p. 353-362, 2012.

SANTOS, S. L. Influência da propaganda nos hábitos alimentares: análise de conteúdo de comerciais de alimentos da televisão. Universidade Federal de São Carlos, 2007.

VARGAS, R. M. Publicidade televisiva de alimentos e obesidade infantil. Universidade de Brasília, 2006.

ZUCHETTO, A. T.; MIRANDA, T. B. Estado nutricional de crianças e adolescentes com deficiências. *Revista Digital*, ano 16, n. 156, Buenos Aires, 2011.