

**UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA CATARINA
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM NUTRIÇÃO**

Vanessa Mello Rodrigues

**HÁBITOS ALIMENTARES, COMPORTAMENTO
CONSUMIDOR E HÁBITO DE ASSISTIR À TELEVISÃO DE
ESTUDANTES DE FLORIANÓPOLIS**

Dissertação submetida ao Programa de Pós-Graduação em Nutrição da Universidade Federal de Santa Catarina para a obtenção do Grau de Mestre em Nutrição.
Orientadora: Prof.^a Dr.^a Giovanna Medeiros Rataichesk Fiates

Florianópolis

2011

Catálogo na fonte pela Biblioteca Universitária
da
Universidade Federal de Santa Catarina

R696h Rodrigues, Vanessa Mello

Hábitos alimentares, comportamento consumidor e hábito de assistir à televisão de estudantes de Florianópolis [dissertação] / Vanessa Mello Rodrigues ; orientadora, Giovanna Medeiros Rataichesk Flates. - Florianópolis, SC, 2011.

112 p.: il., tabs.

Dissertação (mestrado) - Universidade Federal de Santa Catarina, Centro de Ciências da Saúde. Programa de Pós-Graduação em Nutrição.

Inclui referências

1. Nutrição. 2. Crianças - Nutrição. 3. Hábitos alimentares. 4. Propaganda - Florianópolis (SC). 5. Televisão - Florianópolis (SC). 6. Comportamento humano. 7. Pesquisa Qualitativa. I. Flates, Giovanna Medeiros Rataichesk. II. Universidade Federal de Santa Catarina. Programa de Pós-Graduação em Nutrição. III. Título.

CDU 612.39

Vanessa Mello Rodrigues

**HÁBITOS ALIMENTARES, COMPORTAMENTO
CONSUMIDOR E HÁBITO DE ASSISTIR À TELEVISÃO DE
ESTUDANTES DE FLORIANÓPOLIS**

Esta Dissertação foi julgada adequada para obtenção do Título de “Mestre em Nutrição”, e aprovada em sua forma final pelo Programa Programa de Pós-Graduação em Nutrição da Universidade Federal de Santa Catarina.

Florianópolis, de xxxxx de xxxx.

Prof. xxx, Dr.
Coordenador do Curso

Banca Examinadora:

Prof.^a, Dr.^a xxxxx,
Orientadora
Universidade xxxxx

Prof.^a, Dr.^a xxxxx,
Co-Orientadora
Universidade xxxxx

Prof., Dr. xxxxx,
Universidade xxxxxxx

Aos meus pais, por seu amor incondicional, apoio e exemplo, por acreditarem em mim e por me lembrarem sempre que a educação é um tesouro, algo que guardaremos para sempre.

AGRADECIMENTOS

A **Deus**, por ser a luz e a força nos momentos em que tudo parece difícil.

À **Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior** (CAPES), pela bolsa de estudos concedida.

Ao **Programa de Pós-graduação em Nutrição**, especialmente à coordenadora e professora **Rossana Pacheco da Costa Proença**, pelo entusiasmo que demonstra frente às atividades acadêmicas e por sempre nos incentivar à pesquisa e à busca do conhecimento.

À minha orientadora **Giovanna Medeiros Rataichesk Fiates**, por ser um exemplo de pessoa, professora e amiga. Por tornar tudo tão mais simples e prático, pelo bom humor ímpar, por esclarecer todas as minhas dúvidas, por aguentar meus atrasos, por dividir comigo seus conhecimentos, por me incentivar sempre, pela companhia sempre agradável nos *happy hours*, pela parceria interminável nos congressos pelo Brasil afora, e por ter me escolhido para ser sua orientanda.

Às professoras **Anete Araújo de Sousa**, **Lúcia Andréia Zanette Ramos Zeni** e **Renata Alves Monteiro**, por aceitarem participar da banca examinadora e pelas contribuições para o enriquecimento deste trabalho.

À minha grande amiga **Amanda Bagolin do Nascimento**, por estar sempre disponível para me ajudar e pela paciência em me explicar várias vezes as mesmas dúvidas sobre pesquisa qualitativa, por rir das minhas piadas, por ser minha fotógrafa oficial e por me fazer companhia em tantos momentos, e à **Marilyn Ferreira Kuntz** por compartilhar os momentos de aprendizado, discussões de artigos, pela parceria e pelas caronas ao CCA.

Aos membros do **Núcleo de Pesquisa de Nutrição em Produção de Refeições** (NUPPRE), especialmente às amigas **Ana Carolina Fernandes**, **Greyce Luci Bernardo**, **Michele Vieira Ebone**, **Melina Valério dos Santos** e **Vanessa Martins Hissanaga**. Pelas diversas reuniões sobre os mais variados assuntos, que me fizeram ampliar cada vez mais minha visão em relação à Nutrição. À professora, também membro do NUPPRE, **Suzi Barletto Cavalli**, pelos esclarecimentos,

pelos churrascos, por ser colorada e por tantos momentos de descontração.

À **melhor turma de mestrado do Brasil**, com a qual compartilhei muitos momentos de discussão, aprendizado e crescimento, mas também inúmeros momentos de amizade, companheirismo e risadas. Cada uma de vocês tornou o caminho muito mais prazeroso.

Alline Gouvea Martins Rodrigues: pela amizade, por partilhar comigo momentos que mudaram nossas vidas, pelas pousadas, pizzas, praias, abreviaturas e leituras de artigos, e por me ensinar a fazer duas coisas ao mesmo tempo.

Bruna Maria Silveira: pelos almoços, pela Copa do Mundo, pela amizade, por ser uma doçura e por me incentivar a procurar balas Frumello em todas as lojas de doce que já visitei.

Carla de Oliveira Bernardo: pelo modelo de orçamento, pelo cd de *funk*, pelo presente de amigo secreto, por difundir meu apelido Nessita e pela parceria constante.

Caroline Franz Broering de Menezes: por permitir que eu aparecesse nas mesmas fotos que ela, pelas conversas e por compartilhar comigo momentos importantes da sua vida.

Cristina Barbosa Frantz: por me ensinar que não se deve guardar geléias por muito tempo, por me fazer comer menos sal e pelas visitinhas para tomar chimarrão.

Daisy Galvan: pela viagem para Porto Alegre, pelos churrascos e festas em seu lar, por me emprestar seus instrumentos musicais e por ver o pôr do sol nascer.

Elenise Stuker Fernandes: por dividir comigo quase todo nosso primeiro ano de mestrado, pelas músicas sertanejas, pelas tapiocas, por me ouvir, pela *illex paraguariensis*, e por me assistir ensaiar a qualificação um milhão de vezes.

Gabriela Datsch Bennemann: por atender meus telefonemas, por me resgatar quando estava sozinha em casa, por me ouvir e dar conselhos, por ser o Alvin, pela lealdade, por dividir sua vida comigo e por ser tão especial.

Juliana de Aguiar Pastore: por permitir que eu usasse um chapéu primaveril em pleno outono, por me obrigar a fazer um *tour* pelo oeste catarinense, por ser minha única amiga ex-catequista, e por me fazer acreditar que contos de fada existem.

Maria Luiza Alencar: por ser um exemplo de pessoa dedicada e perseverante, por ser nossa “mãe”, pelo companheirismo e por ter dividido comigo a primeira apresentação do mestrado, mesmo quando tudo parecia tão abstrato.

Marion Schneider Meireles: por ser um exemplo de tranqüilidade e por me mostrar que mesmo quando tudo parece perdido, ainda podemos quebrar o dinamômetro.

Pannela Soares: pelas viagens para Curitiba, pelas horas de Engenheiros do Havaí e Capital Inicial, e por ter sido a primeira pessoa a conversar comigo em Florianópolis.

Suellen Secchi Martinelli: pela amizade incondicional, pelas inúmeras jantinhas, pela varinha do Harry Potter, pelas tranças quando meu cabelo não colaborava, pela impressora, por resolver os meus problemas e por tentar me ensinar a ser pontual.

Às minhas irmãszinhas de casa, **Ana Cláudia Mazzonetto, Caroline Opolski Medeiros, Elenise Stuker Fernandes, Gabriela Datsch Bennemann e Suellen Secchi Martinelli.** A amizade atinge outro grau quando dividimos também o mesmo teto. Obrigada pela companhia, por estarem comigo em todos os momentos, tristes ou felizes, por aguentarem a bagunça, as manias e às vezes também o silêncio, e por serem minha família em Florianópolis. Vocês tornam meus dias mais felizes.

Aos meus amores “curitibanos”, **Carolina de Quadros Camargo, Marília Enz, Naiara Belmont Públio e Rafaela Karen Fabri.** Pelos incontáveis e-mails, visitas, horas de conversas e apoio constante. Por saber que eu posso contar com vocês a qualquer hora, e literalmente em qualquer lugar. E por entenderem os dias de sumiço quando era necessário me dedicar a esse trabalho.

Aos meus irmãos “manezinhos”, **Adriano Grandhi Alves, Carine Meinerz, Michelle Maccarini Barcelos e Miriana Valério dos Santos,** pelas horas de conversa, festas, praias e companheirismo. Por me cuidarem e serem mais que meus irmãos sempre que precisei.

Às minhas amigas murchas **Aline Rodrigues, Bruna Ballen Forcelini, Caroline Bresolin Maia, Gabriela Franciosi da Rosa, Luíza Von Meusel, Marina Canalli Lângaro e Mayara Pellenz,** por fazerem uma comemoração a cada visita minha a Passo Fundo, por me apoiarem, contarem suas histórias e ouvirem as minhas.

Às minhas amigas de infância **Franciele Sabadin Bertol, Gabriela Bertol e Juliana Mazzoleni Stramari,** simplesmente por existirem em minha vida e por saber que estão sempre comigo, independentemente da distância.

Às minhas amigas e colegas de faculdade, **Camila Giroto, Carla Lange dos Santos, Cristina Bessegato Arsego, Eduarda Werlang e Luana Peluso Ribeiro,** por me fazerem achar a nutrição

muito mais divertida e interessante, e pelas horas de estudo que sempre viravam programas de TV.

Aos grandes **amigos do HSVP**, especialmente à nutricionista e amiga **Renata Vanz**, por ter me incentivado a cursar o mestrado, ser um exemplo de profissional e por compartilhar comigo o gosto pelo mundo pediátrico.

Aos meus pais, **Antônio Cesar Fan Rodrigues** e **Elizabeth Mello Rodrigues**, e a minha irmã **Adriana Mello Rodrigues**, por serem a base sólida da minha vida, meus exemplos e meu refúgio sempre que preciso, por vibrarem com as minhas conquistas e por me incentivarem a buscar sempre o melhor.

A toda minha família que tanto amo, especialmente aos meus avós, **Antônio Martins Rodrigues**, **Nazi Fan Rodrigues**, **Abdon Soares de Mello** (*in memoriam*) e **Terezinha dos Anjos Mello**, e a minha madrinha **Neuza dos Santos Leal**.

A todos aqueles que, direta ou indiretamente, contribuíram e permitiram que este sonho se concretizasse.

MUITO OBRIGADA!

“O estudo em geral, a busca da verdade e da beleza, são domínios em que nos é permitido ser crianças a vida inteira”

(Albert Einstein)

RODRIGUES, Vanessa Mello. **Hábitos alimentares, comportamento consumidor e hábito de assistir à televisão de estudantes de Florianópolis**. Florianópolis, 2011. Dissertação (Mestrado em Nutrição). Programa de Pós-Graduação da Universidade Federal de Santa Catarina. Florianópolis, 2011.

RESUMO

Mudanças nos hábitos alimentares de crianças têm sido observadas nos últimos anos, contribuindo para o fenômeno conhecido como “transição alimentar e nutricional”. Entre as razões para tais mudanças, a televisão (TV) tem sido apontada como uma possível promotora de hábitos alimentares pouco saudáveis. Além disso, as crianças estão adquirindo produtos com seus próprios recursos, de maneira independente, principalmente alimentos, e crianças de menor renda estão tendo maior acesso a produtos menos nutritivos. Pouco se sabe sobre a relação da TV com os hábitos alimentares e o comportamento consumidor de crianças brasileiras. O objetivo desta pesquisa foi comparar hábitos alimentares e comportamento consumidor de estudantes de escola particular e pública, e relacioná-los com o hábito de assistir à TV. Para isto, foi realizado um estudo qualitativo, a partir da Análise de Conteúdo das transcrições de grupos focais realizados em escola particular e pública de Florianópolis-SC nos anos de 2005 e 2008. Foram analisados 23 grupos focais compostos por 111 estudantes de 7-10 anos (57 na escola particular e 54 na escola pública). Além do tipo de escola, os estudantes também foram classificados em função da ocupação exercida pelos pais. Verificou-se que os estudantes da escola particular tinham maior renda familiar que os da escola pública. Nas duas escolas os estudantes referiram comer frutas, legumes e verduras, e relataram consumir frutas frequentemente. O consumo habitual de legumes e verduras foi mais mencionado pelos estudantes da escola pública, e foi associado principalmente a projetos sociais frequentados, e não ao ambiente doméstico. De modo geral, os estudantes disseram gostar de comer guloseimas, porém o consumo diário foi citado apenas entre aqueles de menor renda, enquanto o controle dos pais sobre o consumo alimentar foi mais percebido pelos de maior renda. Os estudantes relataram assistir à TV em diversos horários ao longo do dia, sem perceberem controle dos pais sobre horários ou programação assistida. A maioria afirmou ter dinheiro para gastos independentes e ter vontade de comprar os produtos anunciados nas

propagandas de TV. No grupo de menor renda as compras de guloseimas foram mais frequentemente mencionadas. Pôde-se observar nos estudantes um hábito excessivo de assistir à TV sem a percepção da influência dos pais. Os estudantes da escola pública relataram a ingestão mais frequente de guloseimas, mais liberdade para fazer compras e maior gasto com guloseimas. É possível que os hábitos alimentares e o comportamento consumidor dos estudantes estivessem sendo influenciados pela TV. No entanto, o controle dos pais em relação aos hábitos alimentares pareceu moderar esta influência. Estratégias voltadas para a sensibilização dos pais em relação ao efeito da TV sobre os hábitos de seus filhos devem ser incentivadas, principalmente entre a população de menor renda. Evidencia-se também a importância da implementação da regulamentação para propagandas de alimentos direcionadas às crianças brasileiras.

Palavras-chave: Criança. Hábitos alimentares. Propaganda. Televisão. Comportamento. Grupos focais. Pesquisa qualitativa.

RODRIGUES, Vanessa Mello. Eating habits, consumer behavior and television viewing habits of students from Florianópolis. Florianópolis, 2011. Thesis (Master in Nutrition) – Post Graduation Program in Nutrition Universidade Federal de Santa Catarina. Florianópolis, 2011.

ABSTRACT

Changes in food habits have been observed over the last years, contributing to the phenomenon known as “nutrition transition”. Among the reasons for these changes, television (TV) has been pointed as one possible promoter of unhealthy food habits. Moreover, children are independently purchasing goods with their own resources, especially food products, and there are evidences that children of lower income are having more access to less nutritious ones. Academically, little is known about the relationship between TV viewing and Brazilian children’s food habits and consumer behavior. The objective of this research was to compare food habits and consumer behavior of students from public and private schools, and relate them with the habit of watch TV. The study comprised Content Analysis of the transcriptions from focus groups conducted in private and public schools from Florianópolis – SC in 2005 and 2008. A total of 23 focus group sessions were analyzed, composed of 111 students aged 7-10 years old (57 from a private school and 54 from a public school). Besides the type of school, the students also were classified according to the professional occupation of their parents. It was verified that students from the private school came from families with higher income, while the students from public school came from families with lower income. Most students referred eating fruits and vegetables, and reported consuming fruits often. Consumption of vegetables was more common among public school students. Almost all students reported liking to eat sweet and savory snacks, but daily consumption was mentioned mostly by lower income children, while parental control over consumption was perceived mostly by students of higher income. Students reported having no restrictions regarding the amount of time spent in front of the TV or the shows they watched. Almost all students said they had money to spend independently and had the desire to buy the products advertised on TV commercials. In the lower income group, the purchase of sweet and savory snacks was more frequently mentioned. It was observed a habit of watching TV

excessively, without perception of parental interference. Public school students referred more frequent ingestion of sweet and savory snacks, more freedom for shopping and spending more on snacks. It is possible that the students' eating habits and consumer behavior was being influenced by TV, but the parental role in controlling eating habits, more perceived by private school students, could be moderating such influence. Frequent ingestion of vegetables mentioned by public school students was associated to permanence in institutions, not to domestic environment. Strategies aimed at educating parents about the effect of TV over the habits of their children should be encouraged, especially among the population of lower income. The importance of implementing regulations for advertisements of low nutritional value foods directed to Brazilian children must also be highlighted.

Keywords: Child. Feeding behavior. Advertisements. Television. Behavior. Focus groups. Qualitative research.

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO.....	19
1.1	APRESENTAÇÃO.....	19
1.2	OBJETIVOS.....	21
1.2.1	Objetivo Geral.....	21
1.2.2	Objetivos Específicos.....	21
1.3	ESTRUTURA DA DISSERTAÇÃO.....	22
2	REFERENCIAL TEÓRICO.....	23
2.1	ALIMENTAÇÃO CONTEMPORÂNEA E HÁBITOS ALIMENTARES INFANTIS.....	24
2.1.1	Formação do hábito alimentar infantil.....	24
2.1.2	Mudanças nos hábitos alimentares da população infantil.....	27
2.1.3	Transição alimentar e nutricional na população infantil.....	30
2.2	PROPAGANDAS DE ALIMENTOS.....	33
2.2.1	Propagandas de alimentos veiculadas na televisão.....	33
2.2.2	Regulamentação das propagandas de alimentos para o público infantil.....	36
2.3	CONSUMIDOR INFANTIL.....	39
3	MÉTODO.....	43
3.1	CARACTERIZAÇÃO DO ESTUDO.....	43
3.2	DEFINIÇÃO DE TERMOS RELEVANTES PARA A PESQUISA.....	43
3.3	ETAPAS DA PESQUISA.....	44
3.4	POPULAÇÃO DO ESTUDO.....	45
3.5	INSTRUMENTOS E TÉCNICAS DE COLETA DE DADOS.....	46
3.6	TRATAMENTO E ANÁLISE DOS DADOS.....	47
3.7	PROCEDIMENTOS ÉTICOS DA PESQUISA.....	48
4	ARTIGO ORIGINAL.....	51
5	CONCLUSÕES E CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	81
	REFERÊNCIAS.....	83
	ANEXOS.....	103

1 INTRODUÇÃO

1.1 APRESENTAÇÃO

Nos últimos anos, mudanças nos hábitos alimentares de crianças puderam ser observadas, como o aumento da ingestão calórica total (principalmente em decorrência do consumo de carboidratos simples, bebidas açucaradas, gorduras saturadas e fast food), o aumento da ingestão de sódio e a ingestão cada vez mais frequente de grandes porções de alimentos. Além disso, as crianças não estão consumindo a quantidade recomendada de frutas, legumes e verduras (FLV), leite e fibras (MUÑOZ et al., 1997; JOHNSON, 2000; WORLD HEALTH ORGANIZATION, 2003; MERCHANT et al., 2007; KERR et al., 2009; WANG et al., 2009).

Essas mudanças nos hábitos alimentares infantis, associadas à diminuição da atividade física, levaram ao aumento dos índices de sobrepeso e obesidade e redução na prevalência de doenças carenciais e desnutrição (AMUNA; ZOTOR, 2008; BATISTA FILHO et al., 2008). Tais alterações sequenciais no padrão de nutrição e consumo, que ocorreram juntamente com mudanças econômicas, sociais e demográficas, e do perfil de saúde das populações, foram denominadas como “transição alimentar e nutricional” (POPKIN et al., 1993). Cabe ressaltar que maus hábitos alimentares formados durante a infância podem contribuir no desenvolvimento de doenças crônicas não transmissíveis na idade adulta, que foram as maiores causas de morbimortalidade da última década (YACH et al., 2004, WORLD HEALTH ORGANIZATION, 2009).

Estudos têm tentado determinar razões para tais mudanças de hábitos, destacando que a dieta e os padrões de saúde relacionados a ela resultam da interação de fatores genéticos, biológicos, culturais, econômicos e ambientais. Em relação aos fatores ambientais, a televisão (TV) tem sido apontada como um possível veículo promotor de hábitos alimentares pouco saudáveis (STRASBURGER; JORDAN; DONNERSTEIN, 2010). Esta associação ocorre, entre outras razões, porque na grade de programação televisiva é veiculado um grande número de propagandas de alimentos industrializados e de baixo valor nutricional, direcionadas a crianças (INSTITUTE OF MEDICINE, 2006).

Pesquisas constataram que a exposição a propagandas de produtos alimentícios estimula o consumo de produtos ricos em calorias, açúcar e sódio, e pobres em nutrientes, assim como o consumo mais frequente de lanches, e a aquisição de doces, refrigerantes e salgadinhos (HALFORD et al., 2004; HASTINGS et al., 2006; LIVINGSTONE, 2006; INSTITUTE OF MEDICINE, 2006).

Soma-se a isso o fato de que as crianças são importantes consumidores primários, pois cada vez mais possuem recursos próprios para a aquisição de serviços e produtos, principalmente do segmento de alimentos e bebidas. A aquisição de produtos de maneira independente dos pais está presente em todas as classes sociais e em regiões metropolitanas e rurais (OLIVARES et al., 1999; BOWER; SANDALL, 2002; MCNEAL; YEH, 1997, 2003; OLIVARES; YÁÑEZ; DÍAZ, 2003; ÖZGEN, 2003; MAZUR et al., 2008; FIATES; AMBONI; TEIXEIRA, 2008). Entretanto, as crianças de menor renda estão tendo maior acesso a produtos menos nutritivos, já que estes estão cada vez mais baratos e disponíveis para esta população, o que pode vir a estimular o seu consumo (ARANCETA et al., 2003; NORTHSTONE; EMMETT; ALSPAC, 2005; INSTITUTE OF MEDICINE, 2006; KEITA et al., 2009).

Observando os estudos com populações infantis de diferentes países, nota-se que existem certas particularidades nas influências exercidas pela televisão sobre os hábitos alimentares e o comportamento consumidor nos diferentes extratos populacionais. Além disso, apesar de alguns aspectos do comportamento consumidor infantil serem considerados universais, no contexto nacional pouco se sabe como as crianças estão gastando seus recursos para a compra direta de produtos, especialmente alimentos. Assim, torna-se necessário o desenvolvimento de estudos locais comparando o comportamento de crianças de diferentes níveis de renda familiar, para melhor caracterizá-lo e identificar possíveis influências exercidas pela televisão nesse contexto.

Diante do exposto, buscou-se com este estudo comparar os hábitos alimentares e o comportamento consumidor de estudantes de diferentes níveis de renda familiar de Florianópolis-SC, relacionando-os com o hábito de assistir à televisão. O estudo se propõe a responder a seguinte pergunta de partida:

Como se comportam crianças de diferentes níveis de renda familiar em relação a hábitos alimentares, comportamento consumidor e hábito de assistir à TV?

1.2 OBJETIVOS

1.2.1 Objetivo Geral

Comparar hábitos alimentares e comportamento consumidor de estudantes de diferentes níveis de renda familiar, relacionando-os com o hábito de assistir à televisão.

1.1.2 Objetivos Específicos

- a) Conhecer os hábitos alimentares dos estudantes em relação ao consumo de frutas, legumes e verduras, e guloseimas;
- b) Conhecer o comportamento dos estudantes em relação ao hábito de assistir à televisão;
- c) Conhecer a percepção dos estudantes a respeito da interferência dos pais sobre seus hábitos alimentares e de assistir à televisão;
- d) Conhecer tipos de produtos adquiridos pelos estudantes por meio de gastos independentes.

1.3 ESTRUTURA DA DISSERTAÇÃO

A presente dissertação está estruturada em cinco capítulos. O primeiro capítulo apresenta a introdução geral, a justificativa e os objetivos do estudo. O segundo contém o referencial teórico, no qual são abordados os temas: alimentação contemporânea e hábitos alimentares infantis; propagandas de alimentos; e consumidor infantil. O terceiro capítulo descreve o método utilizado para a realização da pesquisa. Inclui caracterização do estudo, definição dos termos relevantes e etapas da pesquisa, população do estudo, instrumentos e técnicas de coleta, tratamento e análise dos dados, e procedimentos éticos da pesquisa. O quarto capítulo traz o artigo que apresenta e discute os resultados da pesquisa. No quinto capítulo são apresentadas as conclusões e considerações finais do trabalho. Por fim, encontram-se as referências utilizadas, e os anexos. Estes contêm a tabela com a Classificação Brasileira de Ocupações 2002, os guias de discussão semiestruturados e as imagens utilizadas nos grupos focais, e os pareceres de aprovação das pesquisas pelo Comitê de Ética em Pesquisa com Seres Humanos da Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC).

2 REFERENCIAL TEÓRICO

A revisão bibliográfica que embasa este estudo apresenta-se dividida em três grandes temáticas. Inicialmente, aborda-se a questão da alimentação contemporânea e sua influência nos hábitos alimentares infantis, demonstrando os principais fatores que influenciam na formação do hábito alimentar infantil e a transição alimentar e nutricional decorrente das mudanças nos padrões alimentares das crianças nos últimos anos.

A segunda temática versa sobre a publicidade de alimentos, primeiramente em relação ao conteúdo dos anúncios veiculados na televisão, e em seguida sobre a regulamentação da publicidade direcionada ao público infantil, elucidando as principais barreiras para que esta regulamentação ocorra no Brasil.

Por fim, a terceira temática trata do comportamento do consumidor infantil, e são relatados estudos sobre a criança consumidora de diferentes países, além dos tipos de alimentos mais adquiridos e preferidos pelo público infantil.

Foram consultados periódicos do Portal de Periódicos da CAPES e das bases de dados: Scopus, MEDLIN/Pubmed (via National Library of Medline), LILACS e SciELO, além de livros, teses e dissertações, sites de órgãos oficiais nacionais/internacionais e de instituições de pesquisa. A busca das informações foi realizada utilizando-se os descritores apresentados no quadro 1.

Língua Portuguesa	Língua Inglesa
Alimentação infantil	<i>Child feeding</i>
Mudanças nos hábitos/padrões alimentares infantis Mudanças nos hábitos/padrões alimentares da criança	<i>Changes in food intake by children Changes in feeding habits by children</i>
Transição nutricional	<i>Nutrition transition</i>
Formação do hábito alimentar	<i>Development of eating habits</i>
Hábito alimentar infantil Hábito alimentar da criança Hábito alimentar do escolar	<i>Children eating behaviors</i>
Propagandas de alimentos Propagandas de alimentos na TV	<i>Food advertisements/advertising Food advertisements/advertising on TV</i>
Propagandas para o público infantil Propagandas de alimentos para o público infantil	<i>Advertising to children Marketing food to children</i>

Regulamentação do marketing infantil	<i>Regulation of marketing of food products to children</i>
Regulamentação das propagandas de alimentos	<i>Regulation of food television advertisement</i>
Consumidor infantil	<i>Children as consumer</i>
Comportamento consumidor infantil/da criança	<i>Children's consumer behavior</i>

Quadro 1 – Descritores em português e inglês utilizados para estruturar a revisão bibliográfica sobre alimentação contemporânea e hábitos alimentares infantis, propagandas de alimentos e consumidor infantil.

2.1 ALIMENTAÇÃO CONTEMPORÂNEA E HÁBITOS ALIMENTARES INFANTIS

2.1.1 Formação do hábito alimentar infantil

O termo “hábito alimentar” é utilizado para designar, de forma simplificada, um elenco de alimentos habituais na dieta de grupos ou populações (GARCIA, 1999). Dessa forma, o termo pode ser empregado para designar os costumes e o modo de comer de uma pessoa ou comunidade. A formação do hábito alimentar inicia-se na infância e é determinada por fatores internos e externos ao sujeito, tais como o sabor dos alimentos, eventos pós-ingestão e contexto social (RAMOS; STEIN, 2000).

Entre os fatores internos estão as experiências intrauterinas, pois a habilidade adquirida pela criança para reconhecer e aprender sobre odores e sabores preferidos (doce e salgado) e rejeitados (azedo e amargo) tem início já nesta fase, pelo contato com o líquido amniótico (BIRCH, 1999a; GUINARD, 2001). As consequências pós-ingestão também têm papel importante na formação do hábito alimentar. Crianças possuem a capacidade de regular o conteúdo energético de suas dietas, mesmo que a distribuição por refeição seja irregular. Para que isto seja possível, é necessário que sejam disponibilizadas opções alimentares de boa qualidade e que lhes permitam selecionar naturalmente uma quantidade adequada para consumo (BIRCH, 1998; BIRCH; FISHER, 1998; ROSSI, MOREIRA, RAUEN, 2008). A utilização de doces e guloseimas como recompensas ou sua proibição pode ocasionar um aumento na preferência por este tipo de alimento.

Em contrapartida, observa-se um efeito oposto na aceitação de alimentos que têm seu consumo forçado, como legumes e verduras por exemplo. As crianças criam associações entre os alimentos ingeridos e os contextos nos quais a alimentação ocorre, e um controle rígido pelos pais tende a prejudicar a capacidade de ingestão autorregulatória da criança (BIRCH, 1999b, ROSSI, MOREIRA, RAUEN, 2008).

Segundo Birch (1998), o hábito alimentar nem sempre corresponde às preferências alimentares do indivíduo, exceto no caso específico das crianças, que costumam comer exclusivamente aquilo que gostam. Crianças costumam dar maior atenção ao sabor do alimento, do que ao apelo sobre o ser ou não saudável. Dessa forma, as sensações do paladar são muito importantes no desenvolvimento das preferências alimentares, e os alimentos com maior palatabilidade, muitas vezes ricos em açúcar, gordura ou sódio, e com maior teor energético, costumam estar entre os favoritos das crianças (VALLE; EUCLYDES, 2007).

Em relação aos fatores ambientais ou externos que influenciam na formação do hábito alimentar, destacam-se a alimentação dos pais, o comportamento do cuidador, a alimentação em grupo, as condições socioeconômicas e a influência da televisão (VALLE; EUCLYDES, 2007).

Na infância, a família atua com relativa autonomia nas primeiras etapas da formação dos hábitos alimentares e a alimentação dos pais costuma exercer influência decisiva nas preferências alimentares da criança. Os pais desempenham o papel de primeiros educadores nutricionais, e de acordo com as estratégias utilizadas para estimular a alimentação da criança ou fazê-la aprender a comer determinados alimentos, podem exercer estímulos adequados ou inadequados na formação de suas preferências alimentares (RAMOS; STEIN, 2000). Os padrões dietéticos dos pais, principalmente da mãe, irão influenciar nas dietas oferecidas às crianças logo no primeiro ano de vida. Mulheres que consomem grandes quantidades de salgadinhos, pães brancos, frituras e doces, tendem a introduzir alimentos desta natureza às crianças quando iniciam sua alimentação complementar (ROBINSON et al., 2007). Outro ponto a ser ressaltado é que caso a alimentação oferecida durante os finais de semana, momento em que a maioria das crianças está em casa sob cuidado de parentes, seja inadequada, as crianças podem ser levadas a associar esta alimentação com algo mais saboroso, diminuindo seu interesse pelos alimentos corriqueiros e mais saudáveis (PHILIPPI; CRUZ; COLUCCI, 2003).

Em decorrência das mudanças no estilo de vida atual, muitas crianças passam grande parte de seus dias em creches, pré-escolas e

escolas. As influências do grupo, neste caso representado pelos colegas, permitem muitas vezes valorizar vivências, princípios e práticas saudáveis, influenciando positivamente o consumo geral das crianças (SIVIERO et al., 1997; VALLE; EUCLYDES, 2007). Mais da metade dos nutrientes consumidos diariamente pode ser oferecido nestes locais, o que faz com que sejam muito importantes para a formação do hábito alimentar infantil. As instituições de ensino podem intermediar intervenções destinadas à adoção e promoção de mudanças nos hábitos alimentares, inclusive orientando os responsáveis quanto às inadequações alimentares que podem ocorrer nas residências (SIGULEM; DEVINCENZI; LESSA, 2000; BARBOSA et al., 2005).

Dentro desse contexto, destaca-se o Programa Nacional de Alimentação Escolar (PNAE), implantado em 1995 e gerenciado pelo Fundo Nacional de Desenvolvimento da Educação (FNDE). Neste programa, os recursos financeiros repassados são destinados exclusivamente à aquisição de gêneros alimentícios para todos os alunos da educação básica matriculados em escolas públicas e filantrópicas, e o valor repassado é calculado de acordo com o número de alunos matriculados, segundo dados do censo escolar do ano anterior. O objetivo do PNAE é atender às necessidades nutricionais dos estudantes, contribuir para sua aprendizagem e rendimento escolar, e para a formação de hábitos alimentares saudáveis (BRASIL, 2009a). De acordo com a Resolução nº. 38 de julho de 2009, que dispõe sobre o atendimento do PNAE aos alunos da educação básica, os cardápios devem oferecer pelo menos três porções de frutas ou hortaliças por semana (200g/aluno/semana) em todas as refeições ofertadas (BRASIL, 2009b).

Especificamente em Santa Catarina, uma lei que busca influenciar de maneira positiva a alimentação escolar está em vigor desde dezembro de 2001. A Lei das Cantinas, como ficou conhecida, proíbe a venda de bebidas com quaisquer teores alcoólicos; balas, pirulitos e gomas de mascar; refrigerantes e sucos artificiais; salgadinhos industrializados; salgados fritos; e pipocas industrializadas a todos os serviços de lanches e bebidas nas unidades educacionais públicas e privadas que atendam a educação básica de Santa Catarina. Além disso, o estabelecimento deve colocar à disposição dos alunos dois tipos de frutas sazonais. Segundo a legislação, as cantinas escolares podem comercializar apenas sanduíches naturais e pastéis de forno, bolos, salada de frutas, sucos naturais e frutas, além de pães, iogurtes e queijos ou qualquer outro produto natural (SANTA CATARINA, 2001).

Outro ponto que influencia nos hábitos alimentares é a renda disponível para a aquisição de alimentos. O acesso aos alimentos, na sociedade moderna, predominantemente urbana, é determinado pela estrutura socioeconômica, a qual envolve principalmente as políticas econômica, social, agrícola e agrária. Assim sendo, as práticas alimentares, estabelecidas pela condição de classe social, produzem determinantes culturais e psicossociais (GARCIA, 2003). Apesar do hábito de consumir guloseimas ser cada vez mais frequente entre as crianças brasileiras, observa-se que crianças de classes mais baixas têm consumido esses alimentos com mais frequência, por seu baixo custo e fácil acesso, principalmente nos pequenos mercados localizados nos bairros mais pobres, nos quais os produtos mais saudáveis costumam ser mais caros e menos disponíveis (RIVERA; SOUZA, 2006; DARMON; DREWNOWSKI, 2008; ZENK; POWELL, 2008).

Por fim, cabe ressaltar a influência exercida pela televisão na formação dos hábitos alimentares da criança. Segundo Borzekowski e Robinson (2001), a exposição de apenas 30 segundos a comerciais de alimentos é capaz de interferir na escolha de crianças por determinados produtos. Grande parte dos problemas relacionados a essa influência no consumo alimentar é decorrente da maioria dos produtos anunciados na televisão ser rica em gorduras e açúcares. De acordo com Nascimento (2006), que observou os tipos de produtos anunciados na TV aberta brasileira, e entrevistou as famílias de mais de 800 crianças e adolescentes de escolas municipais e estaduais de Ribeirão Preto – SP, a predominância da divulgação de produtos alimentícios de baixo valor nutricional observada, pode estar contribuindo negativamente para a modificação nos hábitos alimentares das crianças e aumentando o problema da obesidade na população infantil (NASCIMENTO, 2006).

2.1.2 Mudanças nos hábitos alimentares da população infantil

Nos últimos 15 anos, pesquisas têm observado uma tendência mundial de mudança nos hábitos alimentares, caracterizada principalmente pelo aumento no consumo de gorduras totais, gorduras saturadas, sódio, açúcar, produtos de origem animal e industrializados, e pela diminuição no consumo de grãos, frutas, vegetais e produtos lácteos com pouca gordura (DAVEY SMITH; BRUNNER, 1997; POPKIN 1998, 2001; GLADE, 1999; KIM; MOON; POPKIN, 2000; GISKES et

al., 2002; MISHRA et al., 2002; MARMOT et al., 2007; MERCHANT et al., 2007; CARLSSON-KANYAMA; GONZÁLEZ, 2009).

Essas mudanças decorrem das necessidades geradas pelo modo de vida urbano, no qual o tempo, os recursos financeiros e os locais disponíveis para alimentação determinam a conduta alimentar do indivíduo. A indústria e o comércio apresentam alternativas adaptadas às novas condições urbanas, contribuindo para essas transformações nos padrões de consumo, oferecendo maior diversidade de produtos industrializados rápidos, transportáveis e maior disponibilidade de restaurantes. Deste modo, mesmo entre países de economia e cultura contrastantes, as tendências de consumo alimentar seguem características semelhantes, ou seja, há preocupação com as tendências de saúde geradas pelo padrão alimentar (GARCIA, 2003).

Impulsionado por avanços tecnológicos na indústria de alimentos e agricultura, e globalização da economia, o consumo excessivo de alimentos muito energéticos (ricos em gordura e açúcares) e reduzido de alimentos mais nutritivos, é cada vez mais evidente, principalmente nos países em crescimento econômico. Além disso, com o ingresso da mulher no mercado de trabalho, não só os hábitos alimentares se modificaram, mas também a estrutura das famílias, gerando a substituição das refeições tradicionais por refeições mais práticas, duráveis e rápidas. Isso ajuda a explicar as mudanças globais nos padrões de consumo alimentar e conseqüentemente, no perfil de morbimortalidade das populações (GARCIA, 2003; BEZERRA; SICHIERI, 2009).

Especificamente no caso do Brasil, conforme pôde ser constatado após a análise das Pesquisas de Orçamento Familiar, realizadas na década de 70, 90 e nos anos 2000, houve um crescimento no consumo de açúcar refinado, refrigerantes, carnes, leites e derivados, e uma queda no consumo de leguminosas, raízes e tubérculos pela população (MONTEIRO; MONDINI; COSTA, 2000). Estima-se que cerca de 16,0% do total energético das compras realizadas pelas famílias brasileiras provém de calorias derivadas do açúcar (LEVY-COSTA; CLARO; MONTEIRO 2009).

Dados da Pesquisa de Orçamentos Familiares demonstram que grande parte da renda das famílias (19,8%) continua sendo gasta com alimentação, apesar da queda nas últimas pesquisas. Apesar disso, em seis anos, a participação urbana da alimentação fora do domicílio nos gastos com alimentação subiu de um quarto (25,7%) para um terço (33,1%), e a rural subiu de 13,1% para 17,5% (BRASIL, 2010a).

De acordo com a análise de dados dos principais inquéritos domiciliares entre 1974-75 e 2002-03, os grupos populacionais de maior rendimento consumiam excesso de gorduras em geral e de gorduras saturadas, e cerca de cinco vezes mais refrigerantes que as famílias de menor rendimento, que por sua vez, consumiam cerca de 50,0% mais açúcar que a classe de maiores rendimentos. Nas áreas metropolitanas do país, foram observados aumentos de até 400,0% no consumo de produtos industrializados (biscoitos e refrigerantes) e aumento no consumo de gorduras em geral e saturadas (LEVY-COSTA et al., 2005). Além disso, o custo dos produtos ultraprocessados (alimentos compostos principalmente por óleos, farinhas, gorduras e açúcar, além de sal, conservantes e corantes), é muito menor do que o de alimentos *in natura* ou minimamente processados, o que induz seu consumo por parcelas mais pobres da população, tornando suas dietas mais calóricas, porém menos equilibradas e nutritivas (MONTEIRO, 2009).

Estas mudanças de hábitos também podem ser observadas na população infantil. Estudos recentes apontam que o consumo total de nutrientes pelas crianças difere substancialmente dos padrões recomendados e reflete um padrão que coloca a saúde deste grupo em risco (INSTITUTE OF MEDICINE, 2006).

Nos Estados Unidos, as tendências de consumo entre 1970 e 2004 indicam que as crianças aumentaram significativamente o consumo total de calorias, carboidratos e açúcar, e o consumo de sódio, gorduras saturadas e trans ultrapassou os níveis recomendados. Em contrapartida, o consumo de legumes, verduras, frutas, grãos integrais e cálcio passou a ser insuficiente para atender às necessidades recomendadas. A quantidade de lanches vem aumentando ao longo dos últimos 25 anos, assim como o consumo de alimentos fora de casa, que em 2004 já representava cerca de um terço das calorias diárias consumidas (ENNS; MICKLE; GOLDMAN, 2002; INSTITUTE OF MEDICINE, 2006).

No Brasil, analisando o consumo de alimentos industrializados por crianças entre 0 e 59 meses de diferentes níveis socioeconômicos da cidade de São Paulo, Aquino e Philippi (2002) observaram que aquelas pertencentes às famílias de menor poder aquisitivo aumentaram seu consumo total de açúcares. As crianças de maior renda familiar por sua vez, apresentaram um crescimento no consumo de achocolatados, chocolates, leite em pó e refrigerantes.

Em um inquérito epidemiológico com 1450 estudantes (76% de escola pública) de seis a dezoito anos em Belo Horizonte-MG, verificou-se que a maioria dos estudantes apresentava um padrão alimentar caracterizado pelo consumo de alimentos ricos em gordura.

Mais de um quarto consumia *chips*, pipoca e salgadinhos quase todos os dias, e mais da metade consumia balas e chicletes frequentemente. Nenhum estudante relatou um consumo adequado de FLV (RIBEIRO et al., 2006).

Em outro estudo brasileiro, no qual foram avaliados os hábitos alimentares de crianças e adolescentes de 10 a 18 anos, de diferentes condições econômicas, foram observadas frequências elevadas de hábitos alimentares não saudáveis, especialmente entre os estudantes de classes econômicas mais elevadas. O hábito de consumo diário de refrigerantes, doces (guloseimas) e salgadinhos foi mais comum nas classes econômicas A e B (NUNES; FIGUEROA; ALVES, 2007).

Destaca-se que esta mudança nos padrões alimentares da população, principalmente a infantil, pode estar sendo influenciada em grande parte pela enorme diversidade e oferta de alimentos industrializados, e pela alta palatabilidade de alimentos ricos em carboidratos e lipídios (MARMOT et al., 2007; MONTEIRO, 2009).

As lanchonetes de *fast food* e a indústria alimentícia em geral contribuem para estas mudanças de padrões alimentares, tornando os produtos cada vez mais disponíveis e atrativos. Os alimentos promovidos por estas empresas são geralmente ricos em açúcar, gorduras e calorias. Deste modo, as crianças ficam expostas a estas escolhas não saudáveis e vulneráveis ao apelo dos produtos (ST-ONGE; KELLER; HEYMSFIELD, 2003).

2.1.3 Transição alimentar e nutricional na população infantil

Nos últimos 50 anos, em decorrência destas modificações nos hábitos alimentares, juntamente com mudanças econômicas, sociais e demográficas, tem sido observado em muitos países um estado de transição alimentar e nutricional, caracterizado por aumento da prevalência de sobrepeso e obesidade, e diminuição na prevalência de doenças carenciais e desnutrição (POPKIN et al., 1993; BATISTA FILHO et al., 2008). Além disso, relatos de diabetes do tipo 2 e outras doenças crônicas não transmissíveis em crianças, ocorrência rara há alguns anos, são cada vez mais comuns (ORGANIZAÇÃO PAN-AMERICANA DA SAÚDE, 2005).

Wang e Lobstein (2006) realizaram uma revisão sobre as prevalências de sobrepeso e obesidade em escolares de 25 países, e observaram que as taxas estão aumentando praticamente em todas as

nações industrializadas estudadas. No Reino Unido, entre 1995 e 2005, a prevalência de crianças acima do peso entre dois e dez anos aumentou cerca de 40% (HEALTH SURVEY FOR ENGLAND, 2006). Nos Estados Unidos, em pouco mais de 20 anos (1971-1994), a prevalência de sobrepeso em crianças praticamente dobrou (WANG; MONTEIRO; POPKIN, 2002). No Canadá, entre 1981 e 1996, os níveis de sobrepeso triplicaram em meninos e duplicaram em meninas, e as prevalências de obesidade chegaram a cerca de 10% em ambos os sexos (TREMBLAY; KATZMARZYK; WILLMS, 2002). Booth et al. (2003) também verificaram um aumento nos níveis de sobrepeso e obesidade na Austrália, principalmente no período entre 1985-1997.

Do mesmo modo, nos países em desenvolvimento os níveis de obesidade e co-morbididades na população infantil tornam-se cada vez mais prevalentes (AMUNA; ZOTOR, 2008). Na China, de acordo com a análise de dois inquéritos realizados em 1991 e 1997, houve aumento na prevalência de sobrepeso em crianças de 6 a 9 anos, e concomitante queda nos índices de desnutrição para a mesma faixa etária (WANG; MONTEIRO; POPKIN, 2002).

Segundo análise de diversos estudos sobre estado nutricional da população infantil nos países da América Latina, as crianças da Argentina, Chile, Peru, República Dominicana e Uruguai apresentam índices de obesidade superiores a 6%. Além disso, nos últimos dezessete anos, o déficit de crescimento diminuiu na Colômbia, Brasil, México, Guatemala, Nicarágua, República Dominicana e Haiti, caracterizando a transição nutricional observada mundialmente (BARRÍA; AMIGO, 2006).

Do mesmo modo, no Brasil foram verificadas grandes mudanças no panorama nutricional nas últimas décadas, caracterizadas por um deslocamento da desnutrição para o excesso de peso. Após a comparação dos dados do Estudo Nacional da Despesa Familiar (ENDEF) de 1974-1975 com os da Pesquisa de Orçamento Familiar (POF) de 1996-1997, da população das regiões Nordeste e Sudeste, constatou-se que a prevalência de sobrepeso entre crianças de 6 a 9 anos mais que triplicou entre as duas pesquisas e cresceu mais rapidamente nos grupos de maior nível socioeconômico. Por outro lado, a prevalência de baixo peso no mesmo período caiu pela metade, mantendo-se concentrada em áreas rurais, e foi mais alta nos grupos de menor nível socioeconômico (WANG; MONTEIRO; POPKIN, 2002). Entre 1996 e 2007, após a análise de inquéritos “*Demographic Health Surveys*” realizados no Brasil, Monteiro et al. (2009) constataram que a desnutrição de crianças até 5 anos teve uma redução de cerca de 50%,

sendo esta queda atribuída principalmente ao aumento da escolaridade materna e ao crescimento do poder aquisitivo das famílias.

De acordo com a mais recente POF (2008/2009), em 35 anos, houve redução de 75% no déficit estatural entre crianças de 5 a 9 anos. Entretanto, segundo os dados, cerca de 30% das crianças brasileiras apresentavam excesso de peso e mais de 10% estavam obesas, o que representa um crescimento de quase quatro vezes entre meninas e três vezes entre meninos nos índices de excesso de peso, e de cerca de seis vezes na prevalência de obesidade para ambos os sexos (BRASIL, 2010a).

Segundo Popkin (2009), as causas destas mudanças são de origem ambiental, e não apenas pessoal ou genética. Primeiramente, como um fator ambiental importante, pode-se destacar a urbanização, que reduziu não só o espaço físico para que as crianças brincassem ao ar livre, mas também trouxe tráfego intenso de veículos, poluição e violência, o que contribuiu ainda mais para o seu confinamento em casa. Dessa forma, as atividades de socialização desenvolvidas anteriormente, como as brincadeiras de rua, que resultavam em gasto energético, foram substituídas por atividades sedentárias. Além disso, em uma era extremamente tecnológica, as crianças já crescem assistindo televisão, jogando *videogame*, e utilizando computadores e outros aparelhos eletrônicos, o que colabora ainda mais para a redução do seu gasto energético (CAROLI et al., 2004).

Outro fator importante é o aumento do acesso a alimentos altamente calóricos por todos os grupos socioeconômicos, tanto nos países em desenvolvimento quanto nos desenvolvidos (WANG; MONTEIRO; POPKIN, 2002). Isso se deve principalmente ao fato de que as dietas modernas têm como base alimentos ultraprocessados, como pães, massas biscoitos e bebidas açucaradas, que contêm pequenas quantidades de fibras dietéticas e excesso de carboidratos simples, gorduras saturadas, sódio e gorduras trans, tornando-as altamente calóricas (MONTEIRO, 2009). Estudos também relacionam maiores prevalências de sobrepeso e obesidade ao aumento do consumo de refeições fora de casa, comumente com alto conteúdo energético e lipídico, principalmente as chamadas refeições rápidas (BINKLEY; EALES; JEKANOWSKI, 2000; KANT; GRAUBARD, 2004).

No Brasil, Levy-Costa; Claro e Monteiro (2009) encontraram evidências de que o total energético das compras das famílias aumenta à medida que cresce a quantidade de açúcar adquirido, ou seja, quanto mais açúcar ou alimentos açucarados, maior o total energético derivado

de outros macronutrientes, como gorduras, proteínas e outros carboidratos.

Desse modo, sugere-se que um dos fatores vinculados ao aumento das prevalências de sobrepeso e obesidade seja a ampla disponibilidade de alimentos ricos em açúcar, gordura, calorias e sal, o que estimula o consumo alimentar em quantidade excessiva e qualidade inadequada (PONTES et al., 2009). Além disso, o fácil acesso a esses alimentos, na maioria das vezes mais baratos que os *in natura*, contribui para o consumo insuficiente de vitaminas e minerais por crianças de famílias de menor renda (DREWNOWSKI; SPECTER, 2004, KEITA et al., 2009). Outro fator que tem sido associado à transição alimentar e nutricional é o hábito de assistir à televisão, que reduz o gasto energético pela natureza sedentária da atividade e estimula o consumo de alimentos não saudáveis, impulsionado pelo excesso de propagandas divulgando produtos alimentícios de baixo valor nutricional (GORIS et al., 2009; LIANG; KUHLE; VEUGELERS, 2009).

De acordo com o Instituto MídiaTiva (2006), a criança brasileira de 4 a 11 anos permanece em média cerca de 4 horas e 45 minutos por dia em frente à TV. Desse modo, ressaltando o tempo excessivo dedicado a essa atividade, autores apontam a redução da prática de atividades com maior gasto energético e o grande número de propagandas de alimentos pouco nutritivos aos quais estas crianças estariam expostas durante toda sua infância (HALFORD et al., 2004).

2.2 PROPAGANDAS DE ALIMENTOS

2.2.1 Propagandas de alimentos veiculadas na televisão

Nos últimos anos, foram realizadas algumas revisões sistemáticas e abrangentes da literatura sobre os efeitos da propaganda de alimentos sobre as crianças, além de estudos pontuais sobre a influência das propagandas e os tipos de alimentos mais anunciados.

De acordo com Hastings et al. (2006), que realizaram uma revisão de estudos sobre a amplitude e natureza da promoção de alimentos para crianças e sobre os efeitos no seu conhecimento, preferência e comportamento alimentares, existem evidências de que a propaganda influencia o consumo e as preferências alimentares das crianças. Segundo Livingstone (2006), que revisou a literatura

internacional examinando a influência das propagandas de TV nas preferências e escolhas das crianças, há um efeito direto da promoção de alimentos sobre os hábitos infantis. Do mesmo modo, o Institute of Medicine (2006) encontrou evidências de que a promoção de alimentos influencia as crianças de 2 a 11 anos na preferência por produtos altamente calóricos e pobres em nutrientes, e no consumo mais frequente de alimentos.

A maioria dos estudos sobre este tema foi realizada nos Estados Unidos. Harrison e Marske (2005) compararam as tabelas nutricionais dos alimentos anunciados na TV americana com as recomendações de ingestão diária para a faixa etária de 6 a 11 anos, e verificaram que cerca de 90% dos alimentos anunciados era de baixo valor nutricional e pobre em nutrientes. Baseando-se em uma dieta de 2000 calorias, a quantidade diária de sódio recomendada para a faixa etária seria excedida, e o consumo dos produtos anunciados forneceria aproximadamente 1 xícara de açúcar adicional. Outros estudos americanos também constataram que a maioria das propagandas veiculadas na TV era de alimentos e bebidas, principalmente de produtos ricos em gordura, açúcar ou sódio. Além disso, poucas propagandas continham mensagens relacionadas à saúde e atividade física (OUTLEY; TADDESE, 2006; POWELL; SCZYPKA; CHALOUPIKA, 2007; BATADA et al., 2008).

Um estudo utilizando um modelo de simulação matemática estimou qual seria o impacto da redução da exposição de crianças americanas de 6 a 12 anos a propagandas de alimentos, nas prevalências de sobrepeso e obesidade. Os resultados do estudo sugerem que entre uma e três, a cada sete crianças, poderiam não ser obesas se não assistissem comerciais de televisão sobre alimentos não-saudáveis (VEERMAN et al., 2009).

Estudo recente que comparou as propagandas de alimentos em todos os continentes verificou que estas compuseram entre 11 e 29% do total de anúncios, e que, em todos os países, mais da metade do total de propagandas de alimentos eram de produtos de baixa qualidade nutricional. Além disso, as propagandas de alimentos de baixa qualidade nutricional eram mais frequentes nos horários de maior audiência infantil e o Brasil foi o país com a pior taxa de alimentos saudáveis anunciados (KELLY et al., 2010).

Lobstein e Dobb (2005), em um estudo sobre o conteúdo das propagandas nos EUA, Austrália e oito países europeus, constataram que, em todos os países pesquisados, as propagandas de alimentos constituíam uma importante parcela do total de anúncios veiculados (38-84%), porém poucos alimentos saudáveis foram anunciados.

Estudo avaliando a exposição de crianças búlgaras aos comerciais de televisão e o conteúdo das propagandas de alimentos e bebidas durante a programação infantil, constatou que 33,4% dos comerciais eram de alimentos e bebidas, e cerca de 95% destes alimentos eram considerados não saudáveis, como doces, refrigerantes e alimentos ricos em sódio. Além disso, mais da metade dos comerciais de alimentos (57,0%) era destinado ao público infantil (GALCHEVA; IOTOVA; STRATEV, 2008).

Na Nova Zelândia, Dorey e McCool (2009) utilizaram a técnica de grupos focais para verificar como as crianças de 10 a 12 anos avaliam a influência da mídia sobre sua alimentação e nutrição, e constataram que a mídia é uma grande influenciadora na formação dos conceitos sobre alimentação saudável e corpo saudável pelas crianças. As mensagens sobre alimentos na mídia ajudaram a construir e reforçar concepções equivocadas sobre alimentos, alimentação saudável e nutrição.

No Brasil, após a análise da quantidade e qualidade de produtos alimentícios veiculados pelas três principais redes de canal aberto da televisão brasileira em três períodos do dia, de agosto de 1998 a março de 2000, constatou-se que a categoria de produtos mais veiculada na televisão foi a de produtos alimentícios (27,5%). Observou-se que a maioria dos alimentos anunciados na televisão pertencia ao grupo dos óleos, gorduras, açúcares e doces, grupo que segundo o Guia Alimentar para População Brasileira, deve ser o de menor ingestão. Além disso, houve ausência de divulgação de frutas ou vegetais no período, ou de produtos contendo fibras, vitaminas e minerais, que são benéficos à saúde do consumidor (ALMEIDA; NASCIMENTO; QUAIOTI, 2002).

Em outro estudo realizado no Brasil, pesquisadores da Universidade de Brasília monitoraram durante um ano a programação de quatro canais bastante assistidos por crianças, dois da TV aberta e dois da TV a cabo, e constataram que do total de propagandas cerca de 10,0% eram de alimentos, das quais 71,6% divulgavam produtos de baixo valor nutricional (*fast food*, guloseimas, sorvetes, refrigerantes, sucos artificiais, salgadinhos, biscoitos, bolos). Além disso, quase 45,0% das propagandas eram direcionadas ao público infantil (UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA, 2008).

Diante do exposto, nota-se a importância de conhecer a influência da exposição à televisão e ao seu conteúdo de propagandas nas escolhas alimentares das crianças. Muitos pesquisadores, especialistas e agências de saúde concordam que as evidências justificam a intervenção para restringir ou alterar a natureza da promoção de alimentos para crianças,

como parte de uma série de estratégias para melhorar as dietas das crianças e reduzir a obesidade (OBESITY POLICE COALITION, 2007).

2.2.2 Regulamentação das propagandas de alimentos para o público infantil

De acordo com a resolução n. 24 da Agência Nacional de Vigilância Sanitária, publicidade ou propaganda é o conjunto de técnicas e atividades de informação e persuasão com o objetivo de divulgar conhecimentos, tornar mais conhecido e/ou prestigiado determinado produto ou marca, visando exercer influência sobre o público por meio de ações que objetivem promover ou induzir a prescrição, a aquisição, a utilização e o consumo de alimentos. E estas técnicas podem ser destinadas diretamente ao consumo por crianças, quando há a divulgação direta de produtos direcionados para este público (BRASIL, 2010b).

Em decorrência da publicidade agressiva de produtos de baixo valor nutricional direcionados a crianças, a Organização Mundial da Saúde organizou, em 2006, uma revisão do cenário das regulamentações sobre o *marketing* de alimentos e bebidas dirigido ao público infantil. Neste documento, pôde-se observar que 85,0% dos 73 países analisados possuíam algum tipo de regulamentação em relação às propagandas para crianças e que destes, 44,0% tinham restrições específicas sobre o horário e conteúdo da publicidade televisiva dirigida a este público. Entre os continentes, a regulamentação é mais disseminada na Europa, onde os 33 países analisados têm alguma forma de regulamentação sobre a publicidade televisiva. Como por exemplo, no Reino Unido, a publicidade com personagens infantis antes das 21h é proibida, assim como a publicidade infantil na Grécia, que é proibida entre 7h e 23h, além da Noruega e Suécia, países onde a propaganda direcionada a menores de 12 anos não é permitida (HAWKES, 2006).

No Brasil em 2010, não existiam leis que regulamentassem as propagandas direcionadas ao público infantil. A regulamentação era feita pelo Conselho Nacional de Autorregulamentação Publicitária (CONAR), uma organização da sociedade civil fundada por entidades do mercado publicitário brasileiro para regular a publicidade no país e que defende a liberdade de expressão. Em 1977, o CONAR publicou o Código de Autorregulamentação Publicitária, porém este não

apresentava recomendações diretas a respeito das propagandas de alimentos e bebidas destinadas ao público infantil. Em setembro de 2006, devido às pressões exercidas por alguns setores da sociedade, o CONAR reescreveu o texto da seção 11 e o anexo H em seu Código, regulamentando as propagandas de alimentos e bebidas, e aquelas dirigidas especificamente às crianças e adolescentes. Entre as novas recomendações, estava a de que não deveriam ser veiculadas peças publicitárias com apelos imperativos de consumo dirigidos às crianças e adolescentes. Entretanto, não havia nenhum tipo de restrição aos tipos de alimentos anunciados e nem mesmo aos horários de divulgação das propagandas (CONSELHO NACIONAL DE AUTOREGULAMENTAÇÃO PUBLICITÁRIA, 2009).

Em novembro de 2006, a Agência Nacional de Vigilância Sanitária (ANVISA) realizou uma consulta pública para que fossem apresentadas críticas e sugestões relativas à proposta de Regulamento Técnico sobre oferta, propaganda, publicidade, informação e a outras práticas correlatas, sobre a divulgação ou promoção de alimentos com quantidades elevadas de açúcar, de gordura saturada, de gordura trans, de sódio e de bebidas com baixo teor nutricional (BRASIL, 2006a). Esta Consulta Pública obteve quase 300 respostas, as quais foram analisadas e utilizadas para a criação de um Projeto de Lei que foi enviado ao Senado em abril de 2009, e o qual sugeria que propagandas de alimentos com alto teor de açúcar, gordura saturada, gordura trans, sódio, e bebidas com baixo teor nutricional somente possam ser veiculadas entre 21h e 6h; que estas propagandas não poderiam sugerir que o alimento é benéfico à saúde; que não poderiam vincular personagens aos alimentos; que o valor energético dos alimentos deveria ser divulgado; e por fim a sugestão de publicar mensagens de advertência sobre os riscos do consumo excessivo destes alimentos, a exemplo do que ocorre nas propagandas de cigarro e bebidas alcoólicas (BRASIL, 2009c).

Entretanto, após várias discussões, a ANVISA reescreveu o texto e decidiu não restringir os horários, nem limitar a publicidade de alimentos pouco nutritivos. Entretanto, os alertas sobre os riscos à saúde desses produtos foram mantidos. O novo texto foi aprovado e originou a Resolução nº 24, de junho de 2010, que entraria em vigor em dezembro de 2010 (BRASIL, 2010b).

Apesar disso, a Associação Brasileira das Indústrias da Alimentação conseguiu em setembro de 2010 a suspensão desta Resolução para as indústrias associadas a ela, e as determinações ficaram pendentes. A avaliação da Advocacia Geral da União (AGU) foi feita após consulta do CONAR, que questionou se a ANVISA

extrapolou sua competência legal ao editar a Resolução, sob argumento de ter violado a previsão da Constituição Federal para imposição de restrições à propaganda. A AGU questionou também se houve alguma espécie de tentativa de censura (INSTITUTO ALANA, 2010).

Outros esforços relacionados à regulamentação das propagandas de alimentos direcionadas às crianças também foram realizados pela Organização Pan-americana de Saúde e pela Organização Mundial de Saúde, que publicaram uma estratégia de cooperação técnica com o Brasil, com o plano de ação para os anos de 2008-2009. Entre seus 4 pilares base, estava o Programa Mais Saúde, que foca na atenção e promoção à saúde da família. Para isto, além de diversas ações voltadas à saúde do homem, do idoso e da mulher, propunha a regulamentação da propaganda de alimentos divulgados ao público infantil e dos teores de sal e gordura em produtos industrializados, para estimular mudanças de atitude na população (ORGANIZAÇÃO PAN-AMERICANA DA SAÚDE, 2008).

Corroborando com estas recomendações, em março de 2009 foi homologada a Resolução n.º 408 de 11 de dezembro de 2008, que aprovava diretrizes para a promoção da alimentação saudável com impacto na reversão da epidemia de obesidade e prevenção das doenças crônicas não transmissíveis. Tal Resolução reforçou algumas ações que o Ministério da Saúde vinha desenvolvendo com a finalidade de melhorar as condições de nutrição e saúde da população brasileira. Entre estas estava a diretriz n.º 8, que orientava a regulamentação da publicidade, propaganda e informação sobre alimentos direcionadas ao público em geral e em especial ao público infantil, e coibia práticas excessivas que levassem esse público a padrões de consumo incompatíveis com a saúde e que violassem seu direito à alimentação adequada; já a diretriz n.º 9 orientava a regulamentação das práticas de *marketing* de alimentos direcionadas ao público infantil, e estabelecia critérios que permitissem 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 (CONSELHO NACIONAL DE SAÚDE, 2008).

Atentas a estas questões sociais, um grupo de 11 multinacionais líderes de mercado se uniu e assumiu o compromisso mundial de não veicular anúncios direcionados a crianças menores de seis anos, além de informar que nos comerciais dirigidos a crianças maiores de seis anos, incentivariam o consumo de uma dieta balanceada e saudável (EUROPEAN UNION PLEDGE, 2009). Entretanto, de acordo com um

estudo conduzido pelo Instituto Brasileiro de Defesa do Consumidor (IDEC) e pelo Instituto ALANA, sobre os produtos anunciados na televisão brasileira pelas empresas que assinaram este acordo, constatou-se que em sua maioria, os compromissos assumidos internacionalmente não estão sendo cumpridos no país e que se a regulamentação proposta pela ANVISA estivesse em vigor, todas as empresas estariam irregulares (GOMES, 2009).

Como pode ser constatado, é intenso o debate a respeito da vulnerabilidade infantil em relação às propagandas, e a seguir serão explorados os motivos pelos quais há tamanho interesse na criança como consumidora.

2.3 CONSUMIDOR INFANTIL

Consumidor é o indivíduo que sendo capaz de sentir vontades e preferências, ao procurar satisfazê-las, faz uma escolha e uma compra, avaliando o produto e suas alternativas (WARD, 1974). Desta forma, a criança não só pode ser considerada consumidora, como está inserida em três diferentes mercados: o mercado primário, no qual adquire produtos com seu próprio dinheiro e exerce diretamente suas intenções de consumo; o mercado influenciador, no qual solicita aos pais ou responsáveis aquilo que deseja consumir; e o mercado futuro, no qual cria fidelidade a certas marcas durante a infância e que irá consumir na idade adulta (MCNEAL, 1998).

Desde a década de 1970, a partir dos primeiros estudos sobre o comportamento consumidor, as crianças já despertavam interesse dos estudiosos e eram conhecidas como “os compradores de doces de um centavo”. Os estudos sobre o consumidor infantil ganharam força com a publicação das primeiras pesquisas sobre o poder da criança na decisão de compra e a influência que elas exerciam sobre as compras familiares. Atualmente, o mercado voltado para este grupo é muito vasto e as crianças consomem quase todo tipo de produto e serviço. Segundo pesquisas, as crianças obtêm dinheiro para gastos independentes basicamente por meio de cinco formas: mesada; recompensa por tarefas domésticas; presentes dos pais; presentes dos avós; e trabalhos fora de casa (MCNEAL; YEH, 1997; MCNEAL, 1998; 2000).

Estudos têm sido desenvolvidos em diversos países buscando entender e caracterizar o comportamento consumidor de crianças no papel de consumidor primário de alimentos. Em um estudo realizado no

Chile com 746 estudantes de 6 a 11 anos de escolas metropolitanas de Santiago, no qual se buscou identificar a influência da publicidade televisiva nas preferências alimentares dos escolares, verificou-se que 99,0% das crianças assistiam televisão durante os dias de semana, e 20,0% assistiam mais que três horas diárias. A maioria das crianças (84,0%) possuía dinheiro para compra de alimentos, e destas, cerca de 80,0% preferiam empregar seu dinheiro na aquisição de salgadinhos, refrigerantes e sucos. Os autores constataram que quando dispunham de dinheiro, as preferências de compra das crianças eram pelos alimentos mais anunciados pela televisão em suas propagandas favoritas ou que ofereciam brindes (OLIVARES et al., 1999).

Em outro estudo também realizado no Chile, em 2003, com 274 estudantes de 5^a a 8^a série de escolas municipais de diferentes regiões, os autores verificaram que 34,0% do total de escolares sempre tinha dinheiro para comprar alimentos. Verificaram também que o principal destino desse dinheiro, cerca de 90,0%, era destinado à compra de produtos ricos em sal ou açúcar, refrigerantes e *fast food* (OLIVARES, YÁÑEZ, DÍAZ, 2003).

McNeal e Yeh (1997) caracterizaram o comportamento consumidor de crianças chinesas de 4 a 12 anos. De acordo com os pais, a partir dos 4 anos de idade as crianças já recebiam dinheiro para gastos independentes e sua renda aumentava durante seus primeiros anos escolares. As lojas de alimentos eram o tipo de estabelecimento mais frequentado por crianças de 4 a 10 anos, e o segundo mais frequentado por crianças de 10 anos ou mais. Os mesmos autores retornaram à China sete anos depois para verificar as mudanças que ocorreram no comportamento consumidor das crianças. Os principais achados foram que os recursos das crianças para gastos independentes dobraram e seus gastos quase triplicaram desde o último estudo. Além disso, suas compras independentes aumentaram 81,0% (MCNEAL; YEH, 2003).

Um estudo para identificar o comportamento consumidor de crianças de sete e oito anos em relação às influências na percepção e escolha de lanches foi realizado em quatro escolas (duas na Inglaterra e duas na Escócia). Verificou-se que o sabor do alimento, a influência dos pais e a disponibilidade dos produtos foram os fatores que mais influenciaram nas escolhas alimentares. Doces e salgadinhos foram os lanches com maior intenção de compra pelas crianças (BOWER; SANDALL, 2002).

Na Turquia, um estudo buscou analisar, entre outros fatores, os interesses, as atividades e as influências no comportamento consumidor das crianças de 6, 9 e 11 anos. De acordo com a pesquisa, a socialização

da criança como consumidora estava ligada principalmente à idade, e eles se mostraram consumidores independentes. Mais da metade das crianças adquiria itens por conta própria e a taxa de itens adquiridos aumentava de acordo com a idade e o nível socioeconômico. Além disso, todas as crianças recebiam dinheiro dos pais, na forma de mesada e de dinheiro para gastos pessoais, e todas afirmaram comprar alimentos, principalmente sorvetes, refrescos e biscoitos. Em relação à influência da televisão nas intenções de compra das crianças, cerca de 15,0% delas referiu sempre considerar as propagandas de televisão ao comprar um produto, enquanto que 48,0% consideravam os comerciais apenas às vezes - os índices foram mais altos entre as crianças de 9 a 11 anos (ÖZGEN, 2003).

Na Polônia, Mazur et al. (2008) avaliaram o impacto das propagandas de alimentos no comportamento consumidor de crianças de 44 escolas primárias e secundárias, por meio de questionários sobre os tipos de produtos oferecidos e presença de anúncios de alimentos nas cantinas das escolas e nas proximidades. Constataram que houve uma correlação entre os tipos de alimentos oferecidos e adquiridos pelos estudantes, ou seja, a maioria dos produtos alimentícios oferecidos e comprados pelas crianças era alimentos pouco nutritivos, como pipoca, chocolates, refrigerantes e doces. Além disso, apenas 40,9% dos estabelecimentos comercializavam alimentos recomendados como leite, iogurte e frutas.

Em um estudo com 1173 crianças norueguesas, pesquisadores examinaram como o consumo das crianças era financiado e como suas principais fontes de renda variavam durante a infância. A mesada foi referida como principal fonte de renda no período entre oito e quinze anos, e em todas as faixas etárias cerca de 80% das crianças gastavam seu dinheiro em doces (BRUSDAL; BERG, 2010).

No Brasil, Karsaklian (2004) relata que em um estudo conduzido com crianças brasileiras entre 5 e 12 anos, de alto e baixo nível socioeconômico, mais da metade recebia mesada. Além disso, verificou-se que as meninas pertencentes a grupos mais pobres gastavam mais com guloseimas (doces, chocolate, biscoitos e sorvete).

Veloso et al. (2008), analisaram o comportamento consumidor de crianças de 0 a 14 anos em Santo André (SP), pertencentes às classes C, D e E, e verificaram que, a partir dos 7 anos, as crianças observadas comumente recebiam permissão para comprar, procurar o produto nas prateleiras do supermercado e colocá-lo no carrinho. Constataram também que o tipo de produto solicitado nesta faixa etária passou a incluir outras categorias, como frutas e tipos específicos de carne. Além

disso, a partir desta idade, foi visível a maior iniciativa da criança em auxiliar os pais no ato da compra, participando ativamente do processo com certa liberdade para tomar decisões e emitir opiniões, e até mesmo para realizar pequenas compras desacompanhadas de adultos.

Em um estudo conduzido por Fiates, Amboni e Teixeira (2008), com estudantes de 7 a 10 anos de uma escola particular de Florianópolis, constatou-se que a maioria dos estudantes (77,5%) costumava pedir aos pais alimentos anunciados na televisão, e estes eram alimentos de baixo valor nutritivo como bolachas, cereais matinais açucarados e salgadinhos de pacote. Além disso, segundo o estudo, aqueles que assistiam TV moderadamente consumiram significativamente mais verduras do que os expectadores frequentes, e alimentos foram o segundo item mais comprado pelas crianças. Outro achado importante foi que cerca de 60,0% das crianças recebiam dinheiro para gastos independentes em períodos fixos, 30,0% recebiam presentes em dinheiro, e que cerca de 34,0% deste dinheiro era destinado a gastos com lanches e guloseimas.

Outro estudo conduzido em Florianópolis, analisando o comportamento consumidor de crianças de uma escola pública, constatou que 85,7% das crianças recebiam dinheiro para gastos pessoais, e que destes, 53,8% eram destinados à aquisição de lanches ou guloseimas (GUIMARÃES et al., 2010).

Diante destes estudos com diferentes populações infantis, nota-se que existem certas particularidades nas influências exercidas pela televisão sobre os hábitos alimentares e o comportamento consumidor nos distintos extratos populacionais. Além disso, constata-se que as crianças possuem recursos disponíveis para a compra direta de produtos, mesmo aquelas de níveis econômicos mais baixos. Apesar de alguns aspectos do comportamento consumidor infantil serem considerados universais, torna-se necessário o desenvolvimento de estudos locais comparando o comportamento de crianças de diferentes níveis de renda familiar, para melhor caracterizar as semelhanças e diferenças de comportamento, e identificar possíveis influências exercidas pela televisão neste contexto.

3 MÉTODO

3.1 CARACTERIZAÇÃO DO ESTUDO

O estudo caracteriza-se como uma pesquisa qualitativa, sem preocupação com representatividade numérica, mas sim com a percepção de todos os participantes acerca dos temas estudados. Neste tipo de pesquisa, a preocupação é estudar uma população que contemple as características que se deseja analisar (POPE; MAYS, 1995; MAYS; POPE, 1995; 2000; MARTINELLI, 1999; GREEN; THOROGOOD, 2004).

Dentro desta abordagem qualitativa, o presente estudo utilizou dados secundários, provenientes de duas pesquisas que utilizaram a técnica de grupos focais, que consiste em entrevistas com pequenos grupos de características específicas, e que objetiva a análise do conteúdo obtido nesta troca de experiências pessoais sobre os temas discutidos (KRUEGER; CASEY, 2009).

3.2 DEFINIÇÃO DE TERMOS RELEVANTES PARA A PESQUISA

Para uma melhor compreensão do presente estudo, são apresentadas a seguir as definições dos principais termos utilizados:

Alimento saudável - De acordo com o Guia Alimentar Brasileiro, uma alimentação saudável é aquela que garante o consumo diário de todos os seguintes grupos de alimentos: cereais integrais, frutas, legumes, verduras, feijão e arroz. Deste modo, esses foram os alimentos que consideramos como o grupo dos alimentos saudáveis (BRASIL, 2006b).

Consumidor - Consumidor é o indivíduo que sendo capaz de sentir vontades e preferências, ao procurar satisfazê-las, faz uma escolha e uma compra, avaliando o produto e suas alternativas (WARD, 1974).

Guloseimas - Foram considerados “guloseimas” os alimentos que, de acordo com a Lei Estadual nº 12.061 de 2001, estão vetados de comercialização nas cantinas escolares de Santa Catarina. Esses alimentos são: balas, pirulitos e gomas de mascar; refrigerantes e sucos artificiais; salgadinhos industrializados; salgados fritos; e pipocas industrializadas (SANTA CATARINA, 2001). Além desses, também foram incluídos no grupo alimentos que foram considerados guloseimas pelos próprios entrevistados.

Hábito alimentar - O termo “hábito alimentar” é utilizado para designar, de forma simplificada, um elenco de alimentos habituais na dieta de grupos ou populações (GARCIA, 1999).

Marketing - Processo amplo que inclui pesquisa de mercado, distribuição, definição de preço, embalagem, desenvolvimento de produto, publicidade, promoções e relações públicas (HAWKES, 2006).

Publicidade / Propaganda - Conjunto de técnicas e atividades de informação e persuasão com o objetivo de divulgar conhecimentos, tornar mais conhecido e/ou prestigiado determinado produto ou marca, visando a exercer influência sobre o público por meio de ações que objetivem promover e/ou induzir a prescrição, a aquisição, a utilização e o consumo de alimentos (BRASIL, 2010b).

3.3 ETAPAS DA PESQUISA

Esta pesquisa está inserida em um projeto que teve início em 2004, realizado em uma escola particular com o objetivo de compreender o comportamento consumidor de escolares e sua relação com preferências alimentares, influência da televisão e estado nutricional (FIATES, 2006). Em 2008, o projeto teve continuidade em uma escola pública estadual, com a coleta de dados sobre o mesmo tema (NASCIMENTO, 2010). A etapa atual utilizou os dados qualitativos gerados nas duas etapas anteriores (gravações e transcrições dos grupos focais da escola particular e da pública) para comparar o comportamento

dos estudantes em relação a hábitos alimentares, hábito de assistir à TV e comportamento consumidor.

3.4 POPULAÇÃO DO ESTUDO

Foram convidados a participar das pesquisas, todos os estudantes de 1ª a 4ª série (2º ao 5º ano) do ensino fundamental, de 7 a 10 anos, de ambos os sexos, matriculados regularmente em uma escola particular (N=141) e em uma escola pública estadual (N=162) de Florianópolis - SC.

Participaram da pesquisa somente os estudantes cujos responsáveis assinaram o termo de consentimento livre e esclarecido, que estiveram presentes nos dias das coletas de dados e que aceitaram participar dos grupos focais (N= 111 estudantes, 57 da escola particular e 54 da escola pública).

A faixa etária de 7 a 10 anos foi escolhida porque neste período as crianças desenvolvem etapas importantes do comportamento consumidor, como ouvir a opinião dos colegas para tomar decisões, prestar atenção aos detalhes e à qualidade dos produtos, aumento da influência doméstica sobre as compras e familiarização com todos os aspectos do seu perfil de consumidor (VALKENBURG; CANTOR, 2001). Deste modo, já realizam o processo de compras independentes, no qual adquirem produtos sem a interposição dos pais e com seu próprio dinheiro (MCNEAL, 2000). Além disso, as crianças desta faixa etária já são capazes de perceber a intenção informativa e persuasiva dos comerciais (JOHN, 1999).

A realização da pesquisa em uma escola particular e uma pública foi intencional, de modo a diferenciar os níveis de renda dos estudantes. No sentido de confirmar tal diferença, dados sobre a ocupação dos pais foram coletados das fichas das crianças arquivadas nas escolas e classificados de acordo com a Classificação Brasileira de Ocupações (ANEXO 1). Esta classificação, proposta pelo Ministério do Trabalho e Emprego, organiza as ocupações de forma hierárquica de acordo com a natureza, tipo e complexidade das atividades exercidas. Os níveis 1-2-3 representam os cargos de maior complexidade e remuneração, e o nível 9 representa cargos ocupados por profissionais menos especializados e de menor remuneração (BRASIL, 2002).

Na escola particular, 72% dos pais e 69% das mães tinham ocupações classificadas nos Níveis 1-2-3. Na escola pública, 77,5% dos

pais e 61,5% das mães tinham ocupações classificadas no Nível 9, além de 26% das mães não trabalharem fora de casa, indicando que estas famílias possivelmente tinham apenas uma fonte de renda. Desta forma, ficaram caracterizados os diferentes níveis de renda familiar entre as crianças das duas escolas, onde os estudantes da escola particular pertenciam a famílias de maior renda, e os da escola pública a famílias de menor renda.

3.5 INSTRUMENTOS E TÉCNICAS DE COLETA DE DADOS

A coleta de dados foi realizada por meio da técnica de grupos focais, que consiste em uma forma de entrevista em grupo na qual o pesquisador reúne pequenos grupos selecionados de acordo com características específicas, para que discutam e comentem, a partir de suas experiências pessoais, sobre um tema objeto de estudo. Estes grupos são conduzidos por um moderador ou facilitador, que direciona a discussão aos tópicos pertinentes, por meio de roteiros pré-estabelecidos e guias de discussão semiestruturados (KRUEGER; CASEY, 2009).

Deste modo, um único investigador conduziu os grupos focais em cada escola, durante período normal de aula, na condição de moderador. Para a realização dos grupos focais com crianças, algumas características foram observadas: o tamanho dos grupos, que tinham entre 4 a 6 participantes; o incentivo do moderador à fala de todas as crianças; e a homogeneidade de idades, em decorrência das diferenças no desenvolvimento cognitivo, e de sexo, já que algumas crianças poderiam se sentir intimidadas em expor suas opiniões na presença do sexo oposto. A maioria dos pesquisadores recomenda buscar uniformidade dentro de cada grupo, a fim de capitalizar as experiências em comum dos participantes. Além disso, conduzir grupos focais com participantes que já se conhecem permite observar fragmentos de interações que ocorrem naturalmente no seu cotidiano. Outro ponto importante é que as entrevistas de grupos focais devem ser conduzidas em séries, ou seja, devem ser realizados múltiplos grupos com participantes de características semelhantes, para detectar padrões e tendências entre os grupos (KRUEGER, CASEY, 2009).

No total, cento e onze crianças participaram dos dois estudos, formando 23 grupos focais separados por idade e sexo. Na escola particular, foram realizados doze grupos focais: vinte e quatro meninos separados em cinco grupos, vinte e quatro meninas dispostas em cinco

grupos, e nove crianças organizadas em dois grupos de ambos os sexos. A realização de grupos mistos foi necessária em decorrência do número reduzido de alunos participantes das turmas de 2ª série. Na escola pública, foram conduzidos onze grupos focais: vinte e quatro meninos separados em cinco grupos e trinta meninas dispostas em seis grupos.

As sessões de grupos focais tiveram duração máxima de 45 minutos, e foram realizadas em salas com poucos móveis e decoração, para não distrair os estudantes.

Foram utilizados guias de discussão semiestruturados semelhantes (ANEXO 2), com perguntas pré-estabelecidas, para assegurar que os assuntos fossem tratados de forma similar entre os diferentes grupos, mas ao mesmo tempo permitir flexibilidade nas discussões. Do mesmo modo, foram utilizadas imagens alusivas aos temas discutidos (ANEXO 3), para incentivar a participação dos estudantes.

3.6 TRATAMENTO E ANÁLISE DOS DADOS

Os grupos focais foram gravados (cerca de 13 horas de gravação) em ambas as escolas, com a permissão dos participantes e o conteúdo das entrevistas foi transcrito *verbatim*, produzindo dois manuscritos, um com conteúdo da escola particular, e outro com conteúdo da escola pública.

Desta forma, no presente projeto de pesquisa, as gravações e os manuscritos, ainda sem nenhum tipo de classificação, foram submetidos à Análise de Conteúdo sistemática dedutiva (BARDIN, 2010). Este método permite que ideias ou tendências sejam codificadas e, em seguida, agrupadas de acordo com temas comuns.

A análise dos manuscritos foi feita juntamente com as gravações para detectar as diferentes entonações dadas às falas pelas crianças. Os manuscritos e as gravações foram lidos e ouvidos, respectivamente, três vezes, para promover a familiarização do investigador com o conteúdo dos grupos focais, verificando as repetições de palavras e assinalando os principais temas mencionados.

Para possibilitar a realização da Análise de Conteúdo, foi realizado o processo de codificação do material, que consistiu na transformação dos dados brutos (no caso, palavras ou frases), em um conteúdo com significado passível de análise, organizando a codificação

por meio da escolha das unidades, das regras de contagem e das categorias (BARDIN, 2010).

Após esta etapa, foi feita a categorização, na qual ocorreu a maioria dos procedimentos de análise. Observando-se os princípios da exclusão mútua, homogeneidade, pertinência, objetividade, fidelidade e produtividade, foram criadas categorias para os elementos previamente codificados, de modo que estas refletissem os principais temas a serem analisados pelo investigador (BARDIN, 2010). Foram criadas categorias comuns aos dois manuscritos, para permitir a posterior comparação dos dados. Ao longo do processo, algumas categorias foram reconhecidas como fracas e generalistas, e desta forma, seu conteúdo foi reagrupado, até que se chegou finalmente em três categorias fortes ou terminais: hábitos alimentares, hábito de assistir à televisão e comportamento consumidor. Alguns comentários foram extraídos das transcrições para ilustrar as categorias. A frequência de comentários foi considerada para mensurar a significância de tópicos específicos, expressa em termos gerais (muitos, poucos, alguns).

O processo de categorização foi realizado duas vezes pelo mesmo pesquisador em um intervalo de quinze dias, de modo a assegurar a confiabilidade dos dados categorizados anteriormente (KIDD; PARSHALL, 2000).

Finalmente, após a realização dos processos descritos, os dados categorizados foram comparados, buscando-se detectar semelhanças e diferenças no comportamento dos participantes em relação a hábitos alimentares e comportamento consumidor, e sua relação com o hábito de assistir à televisão.

3.7 PROCEDIMENTOS ÉTICOS DA PESQUISA

As duas pesquisas utilizadas (“Comportamento do consumidor escolar de Florianópolis: relação com preferências alimentares, influência da televisão e estado nutricional” e “Hábito de assistir à televisão, comportamento consumidor e escolhas alimentares de estudantes de uma escola pública em Florianópolis”) para análise foram aprovadas pelo Comitê de Ética em Pesquisa com Seres Humanos da UFSC:

- Giovanna Medeiros Rataichesck Fiates – 293/05 – Escola particular (ANEXO 4)

- Amanda Bagolin do Nascimento – 171/07 – Escola pública (ANEXO 5)

Além disso, ressalta-se que foi esclarecido aos participantes da pesquisa que tinham total liberdade para se negar a participar ou se retirar durante a execução dos grupos focais.

4 ARTIGO ORIGINAL – Televisão, alimentação e comportamento consumidor: percepções de estudantes de Florianópolis

RESUMO

OBJETIVO: Comparar hábitos alimentares e comportamento consumidor de estudantes de escola pública e particular relacionando-os com o hábito de assistir à televisão (TV). **MÉTODOS:** Estudo qualitativo com Análise de Conteúdo das transcrições de 23 grupos focais realizados em escola pública e particular de Florianópolis-SC, compostos por 111 estudantes de 7-10 anos (57 na escola particular e 54 na escola pública). Os estudantes foram também classificados em função da ocupação exercida pelos pais. Os estudantes da escola particular pertenciam a famílias de maior renda e os da escola pública a famílias de menor renda. **RESULTADOS:** A maioria dos estudantes referiu comer frutas, legumes e verduras e relatou consumir frutas frequentemente. O consumo habitual de legumes e verduras foi mais mencionado pelos estudantes da escola pública, e foi associado principalmente a projetos sociais frequentados, e não ao ambiente doméstico. De modo geral, os estudantes disseram gostar de comer guloseimas, porém o consumo diário foi citado pelos grupos de menor renda, enquanto o controle dos pais sobre o consumo de guloseimas foi mais percebido pelos de maior renda. Os estudantes relataram assistir à TV em diversos horários ao longo do dia, sem perceberem controle dos pais sobre horários ou programação assistida. A maioria afirmou ter dinheiro para gastos independentes e ter vontade de comprar os produtos anunciados nas propagandas de TV. No grupo de menor renda as compras de guloseimas foram mais frequentemente mencionadas. **CONCLUSÕES:** Pôde-se observar que os estudantes apresentam um hábito excessivo de assistir à TV sem a percepção da influência dos pais. Os estudantes da escola pública relataram o consumo mais frequente de guloseimas, mais liberdade para fazer compras e maior gasto com guloseimas. É possível que os hábitos alimentares e o comportamento consumidor dos estudantes estivessem sendo influenciados pela TV. No entanto, o papel dos pais no controle dos hábitos alimentares, mais percebido pelos estudantes da escola particular, pareceu estar moderando tal influência. Estratégias voltadas para a educação dos pais em relação ao efeito da TV sobre os hábitos de seus filhos devem ser incentivadas, principalmente entre a população de menor renda. Evidencia-se também a importância da implementação da

regulamentação para propagandas de alimentos direcionadas às crianças brasileiras.

Palavras-chave: Criança; Hábitos Alimentares; Propaganda; Televisão; Comportamento; Grupos Focais; Pesquisa Qualitativa.

ABSTRACT

OBJECTIVE: To compare eating habits and consumer behavior of students from public and private schools relating them to the habit of watching television (TV). **METHODS:** Qualitative study using Content Analysis of transcriptions from 23 focus groups conducted in private and public schools from Florianópolis-SC, composed of 111 students aged 7-10 years old (57 in private school and 54 in public school). Students were classified according to the professional occupation of their parents. Students from the private school came from families of higher income, while students from the public school came from families of lower income. **RESULTS:** Most students referred eating fruits and vegetables, and reported consuming fruits often. Consumption of vegetables was more common among public school students. Almost all students reported liking to eat sweet and savory snacks, but daily consumption was mentioned mostly by lower income children, while parental control over consumption was perceived mostly by students of higher income. Students reported having no restrictions regarding the amount of time spent in front of the TV or the shows they watched. Almost all students said they had money to spend independently and had the desire to buy the products advertised on TV commercials. In the lower income group, the purchase of sweet and savory snacks was more frequently mentioned. **CONCLUSIONS:** It was observed a habit of watching TV excessively, without perception of parental interference. Public school students referred more frequent ingestion of sweet and savory snacks, more freedom for shopping and spending more on snacks. It is possible that the students' eating habits and consumer behavior was being influenced by TV, but the parental role in controlling eating habits, more perceived by private school students, could be moderating such influence. Frequent ingestion of vegetables mentioned by public school students was associated to permanence in institutions, not to domestic environment. Strategies aimed at educating parents about the effect of TV over the habits of their children should be encouraged, especially among the population of lower income. The importance of implementing regulations for advertisements of low nutritional value foods directed to Brazilian children must also be highlighted.

Keywords: Child; Feeding Behavior; Advertisements; Television; Behavior. Focus Groups; Qualitative Research.

INTRODUÇÃO

Nos últimos anos tem-se observado mudanças nos hábitos alimentares de crianças, como o aumento da ingestão calórica total e de sódio (principalmente em decorrência do consumo de carboidratos simples, bebidas açucaradas, gorduras saturadas e *fast food*), e a ingestão cada vez mais frequente de grandes porções de alimentos. Além disso, as crianças não estão consumindo a quantidade recomendada de frutas, legumes, leite e fibras (WORLD HEALTH ORGANIZATION, 2003; MERCHANT et al., 2007; KERR et al., 2009; WANG et al., 2009). Soma-se a isso o fato de que no caso específico de crianças, preferências e hábitos se confundem, pois estas têm preferência genética pelo sabor doce e tendem a comer exclusivamente aquilo que gostam (BIRCH, 1998).

Estudos têm tentado determinar razões para tais mudanças de hábitos, destacando que a dieta e os padrões de saúde relacionados a ela resultam da interação de diversos fatores. Em relação aos fatores ambientais, a TV tem sido apontada como um possível veículo promotor de hábitos alimentares pouco saudáveis (STRASBURGER; JORDAN; DONNERSTEIN, 2010). Esta associação ocorre, entre outras razões, porque na grade de programação televisiva é veiculado um grande número de propagandas de alimentos industrializados e de baixo valor nutricional, direcionadas a crianças (INSTITUTE OF MEDICINE, 2006).

Pesquisas constataram que a exposição a propagandas de alimentos de baixo valor nutricional estimula o consumo de calorias na forma de produtos ricos em açúcar e sódio e pobres em nutrientes, o consumo mais frequente de alimentos, a aquisição de doces, refrigerantes e salgadinhos, e diminuem o consumo de alimentos saudáveis (HALFORD et al., 2004; LIVINGSTONE, 2006; INSTITUTE OF MEDICINE, 2006).

As crianças são importantes consumidores primários, pois cada vez mais possuem recursos próprios para a aquisição de serviços e produtos, principalmente do segmento de alimentos e bebidas. A aquisição de produtos de maneira independente dos pais está presente em todas as classes sociais (OLIVARES et al., 1999; BOWER; SANDALL, 2002; MCNEAL; YEH, 2003; OLIVARES; YÁÑEZ; DÍAZ, 2003; ÖZGEN, 2003; KARSAKLIAN, 2004; MAZUR et al., 2008). Entretanto, há indícios que as crianças de menor renda estão tendo maior acesso a produtos menos nutritivos, já que estes estão cada

vez mais baratos e disponíveis para esta população (INSTITUTE OF MEDICINE, 2006; LATHAM; MOFFAT, 2007; KEITA et al., 2009).

Observando os estudos com populações infantis de diferentes países, nota-se que existem certas particularidades nas influências exercidas pela televisão sobre os hábitos alimentares e o comportamento consumidor nos diferentes extratos populacionais. Além disso, apesar de alguns aspectos do comportamento consumidor infantil serem considerados universais, no contexto nacional pouco se sabe como as crianças estão gastando seus recursos para a compra direta de produtos, especialmente alimentos. Assim, torna-se necessário o desenvolvimento de estudos locais comparando o comportamento de crianças de diferentes níveis de renda familiar, para melhor caracterizá-lo e identificar possíveis influências exercidas pela televisão nesse contexto.

De acordo com o exposto, o objetivo do presente estudo foi comparar hábitos alimentares e comportamento consumidor de estudantes de diferentes níveis de renda familiar, relacionando-os com o hábito de assistir à TV.

MÉTOD

Este estudo se baseia nos dados coletados em pesquisas anteriores, ambas aprovadas pelo Comitê de Ética em Pesquisa com Seres Humanos da Universidade Federal de Santa Catarina (projetos nº 293/05 e 171/07), de acordo com o Conselho Nacional de Saúde e com a Declaração de Helsinki (WORLD MEDICAL ASSOCIATION, 2000). Foram utilizadas as gravações e transcrições de grupos focais realizados em uma escola particular e uma escola pública de Florianópolis-SC.

A população incluída nas pesquisas foi composta pelos estudantes de 7-10 anos matriculados nas turmas do 2º ao 5º ano do ensino fundamental. Participaram da pesquisa os estudantes cujos responsáveis assinaram o Termo de Consentimento Livre e Esclarecido e que estiveram presentes nos dias das coletas de dados (N= 111 estudantes, 57 da escola particular e 54 da escola pública, divididos em 23 grupos focais).

O tipo de escola em que estudavam (particular ou pública) sugere uma possível diferença no que diz respeito à renda familiar das crianças. No sentido de confirmar esta possibilidade, dados sobre a ocupação dos pais foram coletados das fichas dos estudantes arquivadas nas escolas e classificados de acordo com a Classificação Brasileira de Ocupações.

Esta classificação, proposta pelo Ministério do Trabalho e Emprego, organiza as ocupações de forma hierárquica em nove níveis. Os níveis 1-2-3 representam os cargos de maior complexidade e remuneração, e o nível 9 representa cargos ocupados por profissionais menos especializados e de menor remuneração (BRASIL, 2002).

Na escola particular, 72% dos pais e 69% das mães tinham ocupações classificadas nos Níveis 1-2-3. Na escola pública, 77,5% dos pais e 61,5% das mães tinham ocupações classificadas no Nível 9, além de 26% das mães não trabalharem fora de casa, indicando que estas famílias possivelmente tinham apenas uma fonte de renda. Desta forma, ficou caracterizado os diferentes níveis de renda familiar entre as crianças das duas escolas, onde os estudantes da escola particular pertenciam a famílias de maior renda, e os da escola pública a famílias de menor renda.

Durante a realização dos grupos focais, foram utilizados guias de discussão semi-estruturados, que se destinavam a conduzir a discussão para os seguintes temas: consumo de frutas, legumes e verduras (FLV), e guloseimas; percepção das crianças sobre o controle dos pais em relação a tais hábitos; hábito de assistir à TV (horários, programas favoritos); outras atividades de lazer realizadas; consumo de alimentos ao assistir à TV; percepção das crianças às restrições dos pais quanto aos horários para assistir à TV ou comer assistindo à TV; e comportamento consumidor primário (importância do dinheiro, formas de ganhar, tipos de gastos realizados, e influência das propagandas no desejo de compra).

As gravações e os manuscritos, ainda sem nenhum tipo de classificação, foram submetidos à Análise de Conteúdo sistemática do tipo dedutiva (BARDIN, 2010). A análise dos manuscritos foi feita juntamente com a audição das gravações para detectar as diferentes entonações dadas às falas pelas crianças. Esse processo foi realizado três vezes, para permitir a familiarização com o conteúdo dos grupos focais, verificar as repetições de palavras, e identificar os principais temas mencionados. Palavras e frases utilizadas pelos participantes foram analisadas para determinar o grau de similaridade entre as respostas. Os dados foram codificados e, após, categorizados de acordo com temas. O processo de categorização foi realizado duas vezes, pelo mesmo pesquisador, em um intervalo de quinze dias, de modo a assegurar a confiabilidade dos dados (KIDD; PARSHALL, 2000). A frequência de comentários foi considerada para mensurar a significância de tópicos específicos, expressa em termos gerais (muitos, poucos, alguns). Alguns comentários foram extraídos das transcrições para ilustrar as três

categorias originadas da Análise de Conteúdo: hábitos alimentares, hábito de assistir à TV e comportamento consumidor.

RESULTADOS E DISCUSSÃO

HÁBITOS ALIMENTARES

As crianças das duas escolas referiram gostar de frutas e consumi-las habitualmente, citando as que mais gostavam e comiam com mais frequência.

“Todos os dias eu como três frutas: uma de manhã, outra no meio do dia, e outra à noite”.

(Menino, Escola Particular)

“Eu como todo o dia fruta. [...] Eu como maçã, melancia, manga, goiaba”.

(Menina, Escola Pública)

Em relação aos legumes e verduras (LV), na escola pública grande parte dos estudantes referiu que gostava e consumia usualmente, listando os tipos mais consumidos e a frequência de consumo. Em contrapartida, em poucos grupos da escola particular apareceram falas nas quais os estudantes declararam gostar e consumir LV.

“Eu como todos os dias. Ah, beterraba, cenoura, alface, o que mais... tomate”.

(Menino, Escola Pública)

“Eu gosto de... é salada... o alface. Todo os legumes que tem eu gosto”.

(Menino, Escola Pública)

“Eu como repolho cozido, tomate, cenoura eu como um pouquinho, e tem várias coisas. [...] Na minha casa não pode faltar fruta e salada”.

(Menino, Escola Pública)

“Eu não gosto muito (de saladas)... mas eu como...”.

(Menino, Escola Particular)

“Eu só gosto no restaurante [...] faço uma bolota, eu boto no cantinho um bolo assim cenoura, beterraba, umas quatro vagem, depois eu misturo arroz, feijão e macarrão...”

(Menino, Escola Particular)

Estudos indicam que devido ao sabor adocicado, crianças costumam preferir frutas a legumes e verduras (NEUMARK-SZTAINER et al., 2003; WIND et al, 2005; DE MOURA, 2007). Além da preferência, a renda é outro fator associado ao consumo de FLV, sendo relatado que crianças de menor renda consomem menores quantidades de FLV que as de maior renda (DREWNOWSKI; SPECTER, 2004).

No entanto, as crianças de menor renda deste estudo, declararam consumir LV com frequência e se mostraram mais habituadas ao consumo desses alimentos que as crianças de maior renda. Este resultado pode estar relacionado com o fato relatado pelas crianças da escola pública, que disseram frequentar projetos sociais no período contrário à escola nos quais recebiam refeições que incluíam FLV no cardápio. A efetividade de programas não governamentais em comunidades carentes visando à melhora da alimentação e nutrição entre crianças é reconhecida, tanto para a prevenção de doenças como para a promoção de saúde (ALDERMAN et al., 2009). A escola também pode influenciar de maneira positiva na formação de bons hábitos alimentares, intermediando intervenções destinadas à adoção e promoção de mudanças nos padrões de consumo, e orientando os responsáveis quanto às inadequações alimentares que podem ocorrer nas residências (SIGULEM; DEVINCENZI; LESSA, 2000; BARBOSA et al., 2005).

“Na Pró-Menor a gente ganha fruta, ganha goiaba, maçã, banana, melancia. Vários tipos de fruta”.

(Menino, Escola Pública)

“Eu gosto de cenoura, beterraba, é... repolho... [...] Eu como quase todos os dias por que eu vou na Casa da Criança... eu como segunda, terça, quarta, quinta e sexta, e só”.

(Menina, Escola Pública)

Cabe ressaltar que a ingestão de FLV não foi associada por nenhum estudante às cantinas escolares ou à alimentação escolar. Em

Santa Catarina, a “Lei das Cantinas” (SANTA CATARINA, 2001) determina que as cantinas escolares ofereçam duas opções de frutas sazonais diariamente aos alunos. Quanto à alimentação escolar, apesar de sua aceitação não ter sido avaliada na escola pública estudada, estudos têm observado uma preferência por produtos industrializados e lanches rápidos de baixa qualidade nutricional trazidos de casa em detrimento da alimentação oferecida na escola (ANJOS; MULLER, 2006; MATIHARA; TREVISANI; GARUTTI, 2010).

Nas duas escolas as crianças relataram perceber estímulo por parte dos pais ao consumo de FLV. No entanto, na escola particular, muitos estudantes afirmaram que somente comiam por pedidos ou exigência dos pais.

“Antes eu não comia alface... daí a mãe começou a dizer que se eu não comesse a verdura toda do meu prato eu ia ficar o dia inteiro comendo o que sobrou do meu prato no almoço... daí eu comecei a comer a verdura”.

(Menino, Escola Particular)

“Meu pai e minha mãe pedem pra mim comer bastante verdura, mas eu não gosto, só que é tipo assim um acordo: eu como alface e em troca eu não como maçã que eu não gosto”.

(Menina, Escola Particular)

Estudos apontam que a imposição às crianças para comer determinados alimentos por parte dos pais está associada à diminuição do consumo ou até mesmo à rejeição desses alimentos pelas crianças (FISHER et al, 2002; WARDLE; CARNELL; COOKE, 2005; LARSON; STORY, 2009). Alternativamente, estudos sinalizam que o consumo de FLV por crianças está associado ao consumo de seus pais, o que faz com que elas conheçam tais alimentos e venham a apreciá-los, incorporando o hábito de ingeri-los nas próximas fases da vida (FISHER et al., 2002; PONTES et al., 2009; JONES et al, 2010).

Algumas crianças manifestaram que gostavam quando seus pais disponibilizavam frutas na forma de sucos ou salada de frutas. Estimular a ingestão de alimentos saudáveis por meio de preparações atrativas em porções prontas para o consumo parece influenciar positivamente a ingestão por crianças (GELLER; DZEWALTOWSKI, 2009).

“A minha mãe, pra eu não comer a laranja mesmo, ela faz o suco de laranja... natural”.

(Menina, Escola Particular)

“Eu como quase todo o dia. A minha mãe sempre faz salada de fruta, fruta, salada de fruta, fruta. [...] Maçã, banana, pera, abacaxi [...] daí ela coloca mamão, aí tem um monte de fruta, daí eu como toda a fruta, porque ela coloca tudo na salada de fruta”.

(Menino, Escola Pública)

Quando perguntados sobre seu hábito de consumir guloseimas, a maioria dos estudantes das duas escolas citou gostar de balas, chocolates, biscoitos, sorvetes, salgadinhos, refrigerantes e frituras. Houve divergência nas respostas relacionadas à frequência de consumo. Enquanto na escola particular grande parte das crianças referiu que só consumia esses alimentos nos finais de semana, na escola pública a maioria dos estudantes declarou consumi-los diariamente.

“Eu não tomo refri... refri é só final de semana pra mim...”.

(Menina, Escola Particular)

“Eu não como muito salgadinho, só no fim de semana que é mais liberado.”.

(Menina, Escola Particular)

“Todo o dia eu tô tomando refrigerante na minha casa quando não tem café”.

(Menino, Escola Pública)

“Doce eu como todo o dia. [...] Eu como bala, chiclete, pirulito, um monte de coisa... sorvete, picolé”.

(Menino, Escola Pública)

O hábito de consumir guloseimas é cada vez mais frequente entre as crianças brasileiras, e tem sido descrito em estudos com diferentes extratos populacionais (RIBEIRO et al, 2006; NUNES; FIGUEROA; ALVES, 2007). A alta palatabilidade desses alimentos já foi apontada como um dos fatores determinantes na escolha das crianças (BOWER; SANDALL, 2002). Entretanto, crianças de classes mais baixas têm consumido esses alimentos com mais frequência, por seu baixo custo e fácil acesso, principalmente nos pequenos mercados localizados nos bairros mais pobres, nos quais os produtos mais saudáveis costumam ser mais caros e menos disponíveis (JETTER; CASSADY, 2006; RIVERA;

SOUZA, 2006; DARMON; DREWNOWSKI, 2008; ZENK; POWELL, 2008).

A maioria dos estudantes da escola particular relatou que se sentia controlada pelos pais em relação ao consumo de guloseimas e que o consumo dependia da disponibilidade em casa, o que não ocorria diariamente. Muitos disseram que somente tinham permissão para consumir esses alimentos nos finais de semana ou esporadicamente.

“A minha mãe compra sempre um monte assim de doce e ela deixa dentro do armário. Quando ela dorme eu vou lá no armário e como tudo... aí ela mandou botar fechadura no armário... fez duas cópias de chave”.

(Menino, Escola Particular)

“A minha mãe não compra todo o santo dia, salgadinho. Demora uns... uns quatro meses e às vezes ela compra mais um”.

(Menino, Escola Particular)

“Lá em casa chocolate, a minha mãe é assim: comi um, já tem que guardar tudo. Daí no outro dia come outro e tem que guardar tudo de novo”.

(Menina, Escola Particular)

Por outro lado, grande parte das crianças da escola pública relatou não perceber controle dos pais sobre seu consumo de guloseimas. Foram feitos poucos comentários sobre restrições ao consumo de alimentos não saudáveis, alguns relativos a prejuízos à saúde ou ao gasto desnecessário do dinheiro das crianças com guloseimas.

“O meu pai compra chocolate, bala, pirulito numa semana e já compra na outra semana, daí a minha mãe já briga com ele”.

(Menina, Escola Pública)

“É porque eu peço todos os dias e eles dão... Pirulito, bala, chiclete, salgadinho”.

(Menina, Escola Pública)

De modo similar ao observado no presente estudo entre os estudantes da escola pública, outra pesquisa também identificou ausência de conflito entre pais e filhos em relação ao consumo de guloseimas, porém verificou que pais mais permissivos tinham filhos

com hábitos alimentares menos saudáveis (HUSBY; HEITMANN; JENSEN, 2008). Ainda segundo a literatura, restringir o acesso a alimentos muito palatáveis como as guloseimas, pode aumentar na criança a preferência por tais alimentos, além de despertar nelas o desejo de consumi-los (LARSON, STORY, 2009). Diante dos diferentes estudos e enfoques dados ao modo como os pais devem agir para auxiliar na formação dos hábitos alimentares de seus filhos, observa-se que os melhores resultados são obtidos quando os hábitos e o ambiente familiar servem de base para as práticas alimentares das crianças (EPSTEIN et al., 2006).

HÁBITO DE ASSISTIR À TV

Falar sobre o hábito de assistir à TV gerou muito interesse entre os estudantes. Nas duas escolas as crianças fizeram comentários entusiasmados afirmando que gostavam de assistir à TV e que o faziam diariamente. Muitos disseram assistir à TV sempre que possível, nos intervalos de suas atividades, ou durante longos períodos, principalmente à noite.

“Eu tenho até uma net (TV a cabo) né... então eu já tenho tipo uma sessão. Fico trocando de canal... eu acabo um desenho e já vou lá pra aquele canal que tá tendo o outro desenho que eu gosto...”

(Menino, Escola Particular)

“De manhã eu olho das oito horas que começa o desenho, num canal, daí quando começa no outro canal eu olho daí acaba meio-dia. Daí de tarde quando eu chego da escola eu olho mais um pouco, daí vou tomar banho, daí eu janto, daí depois eu olho novela e durmo”

(Menina, Escola Pública)

Na escola pública, a maioria das crianças afirmou que a televisão era sua primeira opção de lazer. Poucas vezes foram mencionadas atividades ao ar livre, brincadeiras ou compromissos fora da escola, assim como foram escassos os comentários relacionados às atividades de lazer nos projetos sociais frequentados. Uma das únicas falas sobre a rotina de atividades nestes locais incluía o momento reservado para as crianças assistirem à televisão.

Na escola particular, apesar de declararem gostar muito de assistir à televisão, os estudantes mencionaram outras atividades de lazer, como ler ou brincar, descer para os pátios dos prédios para andar de bicicleta, correr ou jogar bola. Além disso, as crianças relataram realizar diversas atividades extras, além da escola, como futebol, natação, balé e cursos de línguas.

Percebeu-se diferença entre os tipos de programas apontados como mais assistidos pelos estudantes. Na escola particular, a maioria afirmou assistir à programação da televisão a cabo, principalmente aos desenhos, além de novelas e filmes. Muitos relataram ter aparelhos de televisão nos próprios quartos, e o costume de assistir até adormecerem.

Já na escola pública, os principais programas assistidos eram novelas e desenhos animados exibidos na televisão aberta. Muitos relataram assistir a programas voltados para o público adulto junto com a família à noite, no único aparelho de televisão disponível em casa.

No Brasil, a maioria das escolas funciona meio período, e as crianças têm muito tempo livre para realizar atividades de lazer, entre elas assistir à TV. Entretanto, as crianças entrevistadas relataram realizar outras atividades nesse período, como frequentar cursos ou projetos sociais. Mesmo assim, pode-se constatar que assistiam à TV mais tempo que o recomendado, principalmente à noite. A *American Academy of Pediatrics* (2001) orienta que crianças não assistam a mais do que duas horas de televisão por dia. No Brasil, ainda não existe recomendação estabelecida pelas autoridades de saúde, que alegam que a preocupação com os efeitos negativos dos excessos relativos à televisão e outras tecnologias é uma situação relativamente nova, e que há poucos estudos sobre o tema no país. Entretanto, o tema deve ser abordado no próximo livro sobre crianças de dois a dez anos da Sociedade Brasileira de Pediatria (SOCIEDADE BRASILEIRA DE PEDIATRIA, 2010).

Atualmente, a redução do espaço físico para brincadeiras ao ar livre, o tráfego intenso de veículos, a poluição e a violência nas cidades, além da utilização cada vez mais precoce de meios tecnológicos, reduziram as atividades mais ativas, como brincadeiras de rua. Esses fatores decorrentes da urbanização favorecem ao sedentarismo e ao hábito de assistir à TV (CAROLI et al., 2004).

As crianças das duas escolas relataram ter o hábito de comer assistindo à televisão, tanto durante as refeições principais quanto os lanches. Nestes lanches, os alimentos que os estudantes disseram consumir de maneira frequente foram biscoitos, refrigerantes, pipocas e doces, comumente industrializados e ricos em sódio, gordura e açúcar.

“...eu fico comendo muito e assistindo TV, brincando assim, daí eu falo, mãe manda uma bala... daí ela pega e manda umas três, umas quatro... mas daí eu digo mãe manda mais três...”

(Menina, Escola Particular)

“Eu adoro comer na cama (vendo televisão) [...] eu tomo suco de uva, ou como pipoca, ou como bolacha”.

(Menino, Escola Particular)

“Eu como quando tem filme... às vezes tem jogo... ah... eu como bolacha, pipoca...”

(Menina, Escola Particular)

“Quando eu vou comer bolacha, eu vou na televisão, quando eu vou comer salgadinho, eu vou na televisão. Até tomá água eu tomo na frente da televisão”.

(Menino, Escola Pública)

“Eu como só doce e bolacha. Eu como tudo o que tem na geladeira. Mas o meu pai e a minha mãe também”.

(Menino, Escola Pública)

Estudos têm relacionado o hábito de comer assistindo à televisão com um maior consumo de alimentos não saudáveis (COON et al., 2001; VEERECKEN et al., 2006; DUBOIS et al., 2008; LIANG; KUHLE; VEUGELERS, 2009). Coon et al. (2001) constataram que famílias que tinham o hábito de realizar suas refeições principais assistindo à TV consumiam maior quantidade de alimentos ricos em gordura e açúcares, e menor quantidade de alimentos saudáveis, quando comparadas às famílias que não ligavam a TV durante as refeições. Além disso, refeições realizadas em frente à TV podem levar as famílias a seguirem os padrões alimentares ditados na televisão (LIANG; KUHLE; VEUGELERS, 2009). Em relação aos lanches, estudos apontam que crianças que passam mais horas em frente à televisão comem mais lanches, principalmente guloseimas (VEERECKEN et al., 2006; DUBOIS et al., 2008).

Muitas crianças mencionaram que ficavam distraídas quando comiam e assistiam à TV ao mesmo tempo. Alguns disseram comer mais, outros quase se esqueciam de comer. Às vezes nem percebiam que já haviam comido. A literatura aponta que distraído-se, a criança pode

não perceber a quantidade de alimento consumida, podendo prejudicar a qualidade e o equilíbrio de sua refeição (COLAPINTO et al., 2007).

“Às vezes eu fico ligada na televisão, aí a minha mãe começa a botar mais e mais pra mim [...] Aí a minha mãe sai e eu fico lá. Aí ela vê e eu nem toquei na comida... fico vendo televisão. Às vezes eu olho assim, eu fico sentada na cama, aí eu olho que a minha mãe tá vindo, aí que eu lembro que tem que comer”.

(Menina, Escola Particular)

“Eu como qualquer coisa que me deem quando eu tô assistindo televisão...”.

(Menino, Escola Particular)

“...eu tava comendo um pedacinho de pão eu comi e nem percebi. Eu falei: ‘onde é que tá meu pão?’ [...] Tu não presta atenção”.

(Menina, Escola Pública)

Poucos estudantes da escola particular manifestaram que seus pais restringiam os horários ou o conteúdo dos programas de televisão aos quais poderiam assistir. Alguns apontaram que seus pais os proibiam de assistir à televisão apenas quando queriam deixá-los de castigo por terem feito algo considerado errado.

“Às vezes eu vou ver TV, aí eu vou no Disney Chanel, aí meu pai fala assim: ‘desliga a TV!’... você faz alguma coisa errada e ele fala: ‘desliga a TV, que tu vai ficar de castigo!’”.

(Menino, Escola Particular)

Entre as crianças da escola pública, algumas relataram que seus pais pediam para desligarem a televisão em determinados horários ou reclamavam que estavam assistindo demais. Entretanto, destacaram que o principal conflito gerado pelo hábito de assistir televisão ocorria quando cada pessoa da família queria assistir a um programa diferente e não tinham televisões suficientes para satisfazer a todos.

“Tem duas televisões na minha casa, uma na sala e uma no quarto do meu pai. Daí meu pai ele vê na sala, daí eu vou no quarto dela pra ver televisão. Daí tem minha outra irmã que quer ver televisão em outro

canal, em clipe. E eu quero ver desenho e meu pai quer ver jogo e novela”.

(Menina, Escola Pública)

“A minha mãe incomoda porque eu assisto o Pica-pau e o meu pai quer assistir o jornal e a minha mãe a novela”.

(Menina, Escola Pública)

O controle dos pais em relação ao tempo de TV não foi relatado pelas crianças da escola particular, e foi citado de maneira discreta na escola pública. Estudos apontam que há relação entre o baixo nível educacional da mãe e o tempo que a criança passa em frente à TV (CERTAIN; KAHN, 2002, KHAWAJA; BARAZI; LINOS, 2006). A falta de controle dos pais sobre o tempo que os filhos assistem à TV também tem sido relacionada a hábitos alimentares pouco saudáveis (DENNISON; EDMUNDS, 2008).

COMPORTAMENTO CONSUMIDOR

Nas duas escolas os estudantes afirmaram que tinham dinheiro disponível para gastar. De modo semelhante, estudos já constataram que crianças têm dinheiro para gastos pessoais, independentemente do nível socioeconômico a que pertencem (OLIVARES ET AL. 1999; MCNEAL; YEH, 2003; OLIVARES; YAÑEZ; DÍAZ; 2003; ÖZGEN, 2003; KARSAKLIAN; 2004; BRUSDAL; BERG, 2010).

Entre os estudantes da escola particular, a maioria disse gostar de ter dinheiro e de poder gastá-lo em benefício próprio. Apontaram ganhar dinheiro principalmente por mesada e presentes. Na escola pública, a maioria das crianças declarou que ter dinheiro era importante para poder comprar alimentos, pagar contas, e para ajudar os pais a realizar compras para a família. As principais formas pelas quais referiram ganhar dinheiro foram trabalhando com os pais ou familiares, realizando tarefas em casa, ou quando recebiam o troco das compras.

“Eu não posso ficar sem (dinheiro)... quando eu vejo alguma coisa numa loja, eu pego a mão da minha mãe e coloco lá dentro da loja”.

(Menina, Escola Particular)

“Eu adoro dinheiro! Eu gosto de dinheiro só pra comprar, tipo, coisa que eu preciso”.

(Menina, Escola Particular)

“Eu só ganho trinta reais por mês, dez da minha irmã, dez do meu pai e dez da minha mãe. E eu gosto de comprar Revista Recreio, eu gasto normalmente quase toda a minha mesada...”.

(Menino, Escola Particular)

“Dinheiro é importante pra pagar luz, água, alimento, essas coisas”.

(Menino, Escola Pública)

“Ganho trabalhando, como é que é... com madeira, boneco, carro, um monte de coisa. Já fiz até um celular de madeira.”.

(Menino, Escola Pública)

“O que sobra das compras, do troco, a minha mãe me dá”.

(Menino, Escola Pública)

Pode-se perceber que a forma como as crianças das duas escolas viam o dinheiro era distinta. Enquanto os estudantes da escola particular demonstravam gostar de ter dinheiro para gastá-lo livremente, as da escola pública, principalmente as mais velhas, mencionaram repetidamente que ter dinheiro poderia ser uma oportunidade de ajudar os pais, ou seja, era uma forma de se sentirem importantes dentro da família. De fato, nas famílias de renda mais baixa, a necessidade de contribuir com a renda familiar é observada cada vez mais precocemente (ÁVILA; CRUZ, 2009).

Na escola particular, os estudantes afirmaram gastar o seu dinheiro principalmente com brinquedos e jogos eletrônicos. Quando tinham moedas, gastavam com guloseimas. Alguns estudantes referiram que não conseguiam controlar seus desejos de compra, e que ao comprarem, ficavam arrependidos por terem gasto o seu dinheiro. As crianças afirmaram que costumavam economizar para comprar coisas mais caras ou que queriam muito, e que valorizavam a opinião dos amigos para comprar ou querer algo. Na escola pública, a maioria das crianças disse gastar o seu dinheiro em guloseimas, além de comprar alimentos para casa ou dar o dinheiro para os pais. Poucos disseram economizar.

“Eu gasto quando eu vou no shopping, eu gasto com cinema, brinquedo, roupa assim”.

(Menina, Escola Particular)

“Uma vez me deram uma montanha assim de moedas... daí eu gasto... comprando várias coisas... como mini pizza, besteira”.

(Menina, Escola Particular)

“Dinheiro é bom pra gastar... eu tenho assim, eu vou no parque, sobrou um real. Eu não consigo ficar com aquele um real guardado na carteira, quando eu chego num lugar cheio de coisa que eu quero. Eu tenho que gastar. Em loja de roupa, loja de celular, loja de sapato”.

(Menina, Escola Particular)

“Assim, eu tô juntando, ultimamente eu tô juntando dinheiro, e eu tô com duzentos e pouco... é pra comprar um play. É o dinheiro que eu ganho da minha mãe é pra eu gastar e do meu pai pra eu juntar”.

(Menino, Escola Particular)

“A maioria das coisas que às vezes eu compro é coisas que todas as minhas amigas têm, daí eu quero ter também. No ano passado todo mundo tinha lápis aquarela e eu não, daí esse ano eu comprei lápis aquarela e ninguém mais tinha, era uma porcaria...”.

(Menina, Escola Particular)

“Ontem eu ganhei dois reais, aí hoje eu comprei um monte de coisa. Comprei dois salgadinhos, bala, comprei chocolate”.

(Menina, Escola Pública)

“Quando eu tenho dinheiro eu vou lá e compro besteira”.

(Menina, Escola Pública)

“Ah, eu guardo esse dinheiro... às vezes eu empresto pra minha mãe, às vezes eu pego ônibus pra eu ir em algum lugar, às vezes eu dô pro meu pai comprar na feira e no mercado, e quando tá faltando dinheiro pra comprar comida eu dou pra minha mãe”.

(Menina, Escola Pública)

“...uma vez eu tinha trinta e cinco reais, daí o meu pai pegô pra pagar a parcela do carro, daí ele pegô emprestado, só que nunca mais

devolveu... [...] Só que daí eu não falei nada porque eles me dão comida de graça”.

(Menino, Escola Pública)

Em relação às compras realizadas como consumidores primários, as crianças da escola pública relataram que comumente iam sozinhas fazer compras em lugares próximos de casa, como vendinhas ou mercados, inclusive buscar produtos para os pais. Os produtos mais relatados como adquiridos para consumo próprio eram guloseimas. Poucos estudantes da escola particular relataram ter este hábito, e disseram fazer compras normalmente com a ajuda dos pais ou irmãos mais velhos, principalmente de produtos mais caros, ou pedir diretamente aos pais o que queriam.

“Eu vou ali na padaria sozinho, e compro sonho, bolacha... [...] Ela (mãe) me dá, e de vez em quando eu tiro do meu cofrinho”.

(Menino, Escola Pública)

“Daí também quando que eu vou lá no morro eu peço dinheiro e se eu fico num lugar e ganho dinheiro, dois, assim, três reais, eu vou correndo pra venda [...] vou comprar bolacha, salgadinho...”.

(Menino, Escola Pública)

“Então, se eu vejo assim, um sapato, que diz que é confortável, bonito e útil, daí eu vou lá, mostro pra minha mãe e a gente vai na loja junto”.

(Menina, Escola Particular)

O destino dado ao dinheiro diferiu entre as duas escolas, no entanto em ambas foi mencionado o gasto com alimentos, principalmente guloseimas. Resultados similares já foram destacados por outros estudos, nos quais a maioria das crianças, independentemente da faixa de renda, gastava o seu dinheiro com alimentos de baixo valor nutricional (OLIVARES et al. 1999; WIND et al., 2005; MCNEAL; YEH, 2003; OLIVARES; YAÑEZ; DÍAZ; 2003; ÖZGEN, 2003; KARSAKLIAN; 2004; MAZUR et al., 2008). Segundo Schor (2009), a capacidade de consumo das crianças vem crescendo muito, sendo que as crianças americanas entre 4 e 12 anos aumentaram em 400% seus gastos entre 1989 e 2002, e um terço de seus gastos foram destinados a guloseimas e bebidas.

Na escola pública esse comportamento foi ainda mais frequente, possivelmente pelo baixo custo de tais produtos e maior disponibilidade

nos mercadinhos próximos às suas residências, fato já constatado por outros estudos (LATHAM; MOFFAT, 2007; KEITA et al., 2009; MONTEIRO, 2009). No Brasil, resultados semelhantes também já foram identificados. Estudo conduzido com crianças entre 5 e 12 anos de alto e baixo nível socioeconômico revelou que as meninas mais pobres gastavam mais com guloseimas (KARSAKLIAN, 2004). Além disso, o fato de receberem dinheiro em troca da realização de trabalhos, apontado pela maioria dos estudantes da escola pública, é comum entre famílias de baixa renda, e já foi relacionado com padrões de consumo menos responsáveis (PLINER et al., 1994).

Por outro lado, em outro estudo brasileiro com crianças e adolescentes de 10 a 18 anos de diferentes condições econômicas, foram observadas frequências elevadas de hábitos alimentares não saudáveis especialmente entre os estudantes de classes econômicas mais elevadas (A e B) (NUNES; FIGUEROA; ALVES, 2007).

O aumento do consumo de alimentos industrializados e processados, além do crescimento da frequência de refeições realizadas fora de casa, muitas vezes compostas basicamente por alimentos pouco nutritivos, vinculam-se diretamente à renda das famílias e às possibilidades de gastos com alimentação. Dessa forma, o consumo desses alimentos está associado com o alto valor sócio-cultural que representam na sociedade atualmente (MENDONÇA; ANJOS, 2004).

Os resultados do presente estudo caracterizaram uma maior socialização dos estudantes da escola pública como consumidores, sendo que já possuíam mais liberdade para gastar seu dinheiro de maneira independente. Na escola particular, observou-se que a socialização era mais tardia e havia maior dependência dos pais nas compras. Os estudantes das duas escolas demonstraram ter vontade de comprar os produtos anunciados nas propagandas veiculadas na TV, principalmente os brinquedos. Os estudantes da escola pública também relataram ter vontade de comprar os alimentos anunciados, principalmente as guloseimas.

“A propaganda me atrai muito, ela me chama mais atenção do que na própria vitrine da loja”.

(Menina, Escola Particular)

“Eu né, tipo, tô assistindo a novela... daí tá lá aquela propaganda... tô quase dormindo né, aí passa lá, tipo: ‘Lojas Americanas, venha pra cá... carrinho, por apenas dez reais!’”.

(Menino, Escola Particular)

“Eu gosto. Eu fico: ó mãe compra aquilo, ó mãe compra aquilo”.

(Menina, Escola Pública)

“Eu me lembro de três propagandas que eu pedi. Foi: chocolate, dumas pizza, e da Quali (margarina)”.

(Menino, Escola Pública)

A TV é hoje uma das principais fontes de informação sobre novos produtos para crianças. As pressões comerciais sobre as crianças aumentaram e as mensagens comerciais cuidadosamente direcionadas a segmentos específicos do público infantil tornaram as crianças menos dependentes de seus pais no aprendizado de valores consumidores (VALKENBURG, 2000; STRASBURGER, 2004). Em uma revisão da literatura sobre os efeitos adversos das propagandas de TV, verificou-se que a exposição a propagandas estimula os valores materialistas em crianças (BUIJZEN; VALKENBURG, 2003). Além disso, estudos indicam que as crianças que prestam mais atenção às propagandas de televisão, compram mais os produtos anunciados (ALDERMAN et al., 2009; PARVANTA et al., 2010).

Estudo que comparou as propagandas de alimentos em todos os continentes verificou que estas compuseram entre 11 e 29% do total de anúncios, e que, em todos os países, mais da metade do total de propagandas de alimentos eram de produtos de baixa qualidade nutricional. Além disso, as propagandas desses alimentos eram mais frequentes nos horários de maior audiência infantil e o Brasil foi o país com a pior taxa de alimentos saudáveis anunciados (KELLY et al., 2010). Deste modo, a regulamentação das propagandas de alimentos de baixo valor nutricional destinadas ao público infantil que já existe em grande parte dos países, e vem sendo discutida constantemente no Brasil, torna-se cada vez mais necessária.

Algumas limitações devem ser consideradas na interpretação dos resultados do presente estudo. A utilização de manuscritos baseados em entrevistas realizadas em períodos diferentes (2005 e 2008) pode ter influenciado as diferenças observadas entre as respostas das crianças. Outra limitação é relacionada à utilização de apenas duas escolas no estudo. Entretanto, foram analisados resultados de vinte e três grupos focais envolvendo mais de cem estudantes, fato que se reveste de importância quando se considera a escassez de estudos brasileiros caracterizando o comportamento consumidor primário de crianças.

Pôde-se observar nos estudantes um hábito excessivo de assistir à TV sem a percepção da influência dos pais. Os estudantes da escola pública relataram a ingestão mais frequente de guloseimas, mais liberdade para fazer compras e consumo mais frequente de guloseimas. É possível que os hábitos alimentares e o comportamento consumidor dos estudantes estivessem sendo influenciados pela TV. No entanto, o papel dos pais no controle dos hábitos alimentares, mais percebido pelos estudantes da escola particular, pareceu estar moderando tal influência. O consumo mais frequente de legumes e verduras referido pelos estudantes da escola pública foi associado principalmente à permanência em instituições beneficentes, e não ao ambiente doméstico. Estratégias voltadas para a educação dos pais em relação ao efeito da TV sobre os hábitos de seus filhos devem ser incentivadas, principalmente entre a população de menor renda. Evidencia-se também a importância da implementação da regulamentação para propagandas de alimentos direcionadas às crianças brasileiras.

REFERÊNCIAS

Alderman H, Ndiaye B, Linnemayr S, Ka A, Rokx C, Dieng K, et al. Effectiveness of a community-based intervention to improve nutrition in young children in Senegal: a difference in difference analysis. *Public Health Nutr.* 2009;12(5):667-73.

American Academy of Pediatrics. Children, adolescents, and television. *Pediatrics.* 2001;107: 423-6.

Anjos L, Muller EC. Prevalência da desnutrição e obesidade em escolares do ensino fundamental do município de Vitória – ES dada a condição socioeconômica. *Revista Digital*, Buenos Aires, 2006;11(95). Disponível em: <<http://www.efdeportes.com/efd95/desnutri.htm>>. Acesso em: 19 out. 2010.

Ávila AA, Cruz MNA. A prática do trabalho infantil entre beneficiários de programas de transferência de renda: necessidade e tradição familiar. *Trabalho e Educação*; 2009;18(1):9-25.

Barbosa RMS, Crocchia C, Carvalho CGN, Franco VC, Salles-Costa R, Soares EA. Consumo alimentar de crianças com base na pirâmide alimentar brasileira infantil. *Rev Nutr*, 2005;18(5):633-41.

Bardin, L. *Análise de conteúdo*. Ed. rev. e actual. Lisboa: Edições 70; 2010. 281 p.

Birch LL. Psychological influences on the childhood diet. *J Nutr.* 1998;128(2):407-10S.

Bower JA, Sandall L. Children as consumers – snacking behaviour in primary school children. *Int J Cons Stud.* 2002;26(1):15–26.

Brasil. Ministério do Trabalho e Emprego. Classificação Brasileira de ocupações. Disponível em: <<http://www.mtecbo.gov.br/cbosite/pages/informacoesGerais.jsf.>>. Publicado 2002. Acessado Outubro 12, 2009.

Brusdal R, Berg L. Are parents gender neutral when financing their children's consumption? *Int J Cons Stud.* 2010;34(1):3–10.

Buijzen M, Valkenburg PM. The effects of television advertising on materialism, parent-child conflict, and unhappiness: a review of research. *Appl Dev Psychol*, 2003;24(4):437-56.

Caroli M, Argentieri L, Cardone M, Masi A. Role of television in childhood obesity prevention. *Int J Obes and Relat Metab Disord.* 2004;28(3):104-8.

Certain LK, Kahn RS. Prevalence, correlates, and trajectory of television viewing among infants and toddlers. *Pediatrics.* 2002;109(4):634-42.

Colapinto CK, Fitzgerald A, Taper LJ, Veugelers PJ. Children's preference for large portions: prevalence, determinants, and consequences. *J Am Diet Assoc.* 2007; 107(7):1183–90.

Coon KA, Goldberg J, Rogers BL, Tucker KL. Relationships between use of television during meals and children's food consumption patterns. *Pediatrics.* 2001;107(1):1-9.

Darmon N, Drewnowski A. Does social class predict diet quality? *Am J Clin Nutr.* 2008;87(5):1107–17.

De Moura SL. Determinants of food rejection amongst school children. *Appetite.* 2007;49(3):716-19.

Dennison BA, Edmunds LS. The role of television in childhood obesity. *Prog Pediatr Cardiol.* 2008;25(2):191-97.

Drewnowski A, Specter E. Poverty and obesity: the role of energy density and energy costs. *Am J Clin Nutr.* 2004;79(1):6-16.

Dubois L, Farmer A, Girard M, Peterson K. Social factors and television use during meals and snacks is associated with higher BMI among pre-school children. *Public Health Nutr.* 2008;11(12):1267-79.

Epstein LH, Dearing KK, Handley EA, Roemmich JN, Paluch RA. Relationship of mother and child food purchases as a function of price: a pilot study. *Appetite*. 2006; 47:115-118.

Fisher JO, Mitchell DC, Smiciklas-Wright H, Birch LL. Parental influences on Young girls fruit and vegetable, micronutrient and fat intakes. *J Am Diet Assoc*. 2002;102(1):58-64.

Geller KS, Dzewaltowski DA. Longitudinal and cross-sectional influences on youth fruit and vegetable consumption. *Nutr Rev*. 2009;67(2):65-76.

Halford JCG; Gillespie J; Brown V; Pontin EE; Dovey TM. Effect of television advertisements for foods on food consumption in children. *Appetite*. 2004;42(2):221-225.

Husby I, Heitmann BL, Jensen KO. Meals and snack from the child's perspective: the contribution of qualitative methods to the development of dietary interventions. *Public Health Nutr*. 2008;12(6):739-747.

Institute of Medicine. Mcginnis JM, Gootman JA, Kraak VI (eds). *Food marketing to children and youth: threat or opportunity?*, Committee on Food Marketing and the Diets of Children and Youth. Institute of Medicine of the National Academies. Washington DC; 2006.

Jetter KM, Cassady DL. The Availability and Cost of Healthier Food Alternatives. *Am J Prev Med*. 2006;30(1):38-44.

Jones LR, Steer CD, Rogers IS, Emmett PE. Influences on child fruit and vegetable intake: sociodemographic, parental and child factors in a longitudinal cohort study. *Public Health Nutr*. 2010;13(7):1122-30.

Karsaklian E. *Comportamento do consumidor*. 2nd ed. São Paulo, SP: Atlas; 2004. 339 p.

Keita AD, Casazza K, Thomas O, Fernandez JR. Neighborhood-level disadvantage is associated with reduced dietary quality in children. *J Am Diet Assoc*. 2009;109:1612-16.

Kelly B, Halford JCG, Boyland EJ, Chapman K, Bautista-Castan I, Berg C, et al. Television food advertising to children: a global perspective. *Am J Public Health*. 2010;100(9):1730–6.

Kerr MA, Rennie KL, Mccaffrey TA, Wallace JM, Hannon-Fletcher MP, Livingstone MBE. Snacking patterns among adolescents: a comparison of type, frequency and portion size between Britain in 1997 and Northern Ireland in 2005. *Br J Nutr*. 2009;101(1):122–31.

Khawaja M, Barazi R, Linos N. Maternal cultural participation and child health status in a Middle Eastern context: evidence from an urban health study. *Child Care Health Dev*. 2006;33(2):117–25.

Kidd P, Parshall MB. Getting the focus and the group: enhancing analytical rigor in focus group research. *Qual Health Res*, 2000;10(3):293- 308.

Larson N, Story M. A review of environmental influences on food choice. *Ann Behav Med*. 2009;18(suppl 1):S56-S73.

Latham J, Moffat T. Determinants of variation in food cost and availability in two socioeconomically contrasting neighbourhoods of Hamilton, Ontario, Canada. *Health and Place*. 2007;13(1):273–87.

Liang T, Kuhle S, Veugelers PJ. Nutrition and body weights of Canadian children watching television and eating while watching television. *Public Health Nutr*. 2009;12(12):2457-63.

Livingstone, S. *New Research on Advertising Foods to Children: an updated review of the literature*. Ofcom television advertising of food and drink products to children consultation, 2006. Londres: Medialse, 2006.

Matihara CH, Trevisani TS, Garutti S. Valor nutricional da merenda escolar e sua aceitabilidade. *Saud Pesq*. 2010;3(1):71-7.

Mazur A, Telega G, Kotowicz A, Małek H, Jarochowicz S, Gierczak B, et al. Impact of food advertising on food purchases by students in primary and secondary school in south-eastern Poland. *Public Health Nutr*. 2008;11(9):978–981.

McNeal JU, Yeh C. Consumer behavior of Chinese children: 1995-2002. *J Cons Market*. 2003;20(6):542-54.

Mendonça CP, Anjos LA. Aspectos das práticas alimentares e da atividade física como determinants do crescimento do sobrepeso/obesidade no Brasil. *Cad Saúde Pública*. 2004;20(3):698-709.

Merchant AT, Dehghan M.; Behnke-Cook D, Anand SS. Diet, physical activity, and adiposity in children in poor and rich neighbourhoods: a cross-sectional comparisson. *Nutr Journal*. 2007;6(1):1-7.

Monteiro CA. Nutrition and health. The issue is not food, nor nutrients, so much as processing. Invited Comentary. *Public Health Nutr*. 2009;12(5):729-31.

Neumark-Sztainer D, Wall M, Perry C, Story M. Correlates of fruit and vegetable intake among adolescents. Findings from Project EAT. *Preventive Medicine*, 2003;37(3):198-208.

Nunes MM, Figueiroa JN, Alves JGB. Excesso de peso, atividade física e hábitos alimentares entre adolescentes de diferentes classes econômicas em Campina Grande (PB). *Rev Assoc Med Bras*. 2007;53(2):130-34.

Olivares S, Albala C, García F, Jofré I. Publicidad televisiva y preferencias alimentarias en escolares de la Región Metropolitana. *Rev Med Chil*. 1999;127:791-9

Olivares S, Yáñez R, Diaz N. Publicidad de alimentos y conductas alimentarias en escolares de 5° a 8° básico. *Rev Chil Nutr*. 2003;30(1):36-42.

Özgen Ö. An analysis of child consumers in Turkey. *Int J Cons Stud*. 2003;27(5):366–80.

Parvanta SA, Brown JD, Du S, Zimmer CR, Zhao X, Zhai F. Television use and snacking behaviors among children and adolescents in China. *J Adolesc Health*. 2010;46(4):339-45.

- Pliner P, Darke P, Abramovitch R, Freedman J. Children's consumer behavior in a store with unattractive merchandise: the "caveat emptorium". *Journal of Economic Psychology*. 1994;15(3):449-65.
- Pontes TE, Costa TF, Marum ABRF, Brasil ALD, Taddei JAAC. Orientação nutricional de crianças e adolescentes e os novos padrões de consumo: propagandas, embalagens e rótulos. *Rev Paul Ped*. 2009;27(1):99-105.
- Ribeiro RQC, Lotufo PA, Lamounier JA, Oliveira RG, Soares JF, Botter DA. Fatores adicionais de risco cardiovascular associados ao excesso de peso em crianças e adolescentes: o estudo do coração de Belo Horizonte. *Arq Bras Cardiol*. 2006;86(6):408-18.
- Rivera FSR, Souza EMT. Consumo alimentar de escolares de uma comunidade rural. *Comun Ciênc Saúde*. 2006;17(2):111-19.
- Santa Catarina. Lei nº 12.061, de 18 de dezembro de 2001. Dispõe sobre critérios de concessão de serviços de lanches e bebidas nas unidades educacionais, localizadas no Estado de Santa Catarina. Florianópolis; 2001. Disponível em: <www.sed.sc.gov.br>. Acesso em: 22 abril 2010.
- Schor JB. Nascidos para comprar: uma leitura essencial para orientarmos nossas crianças na era do consumismo. São Paulo: Gente; 2009. 344 p.
- Sigulem DM; Devincenzi UM; Lessa AC. Diagnóstico do estado nutricional da criança e do adolescente. *J Pediatr*. 2000;76(3), p. 275 - 284.
- Sociedade Brasileira de Pediatria. Serviços. "Geração tecnológica" exige cuidado redobrado de pais, pediatras e educadores, 2010. Disponível em: <http://www.sbp.com.br/show_item2.cfm?id_categoria=52&id_detalhe=3520&tipo_detalhe=s>. Acesso em: 15 out. 2010.
- Strasburger VC, Jordan AB, Donnerstein E. Health effects of media on children and adolescents. *Pediatrics*. 2010;125(4):756-67.

Strasburger VC. Children, adolescents and the media. *Curr Probl Pediatr Adolesc Health Care*. 2004;34:54-113.

Valkenburg, Patti M. Media and youth consumerism. *J Adolesc Health*. 2000;27(2):52-6.

Veerecken CA, Todd J, Roberts C, Mulvihill C, Maes L. Television viewing behaviour and associations with food habits in different countries. *Public Health Nutr*. 2006;9(2):244–50.

Wang YC, Ludwig DS, Sonnevile K, Gortmaker SL. Impact of change in sweetened caloric beverage consumption on energy intake among children and adolescents. *Arch Pediatr Adolesc Med*. 2009;163(4):336-43.

Wardle J, Carnell S, Cooke L. Parental control over feeding and children's fruit and vegetable intake: how are they related? *J Am Diet Assoc*. 2005;105(1):227-32.

Wind M, Bobelijn K, Bourdeaudhij I, Klepp K, Brug J. A qualitative exploration of determinants of fruit and vegetable intake among 10- and 11-year-old schoolchildren in the Low Countries. *Ann Nutr Metab*. 2005;49(4):228–235.

World Medical Association Declaration of Helsinki: Human Subjects Ethical Principals for Medical Research. *J Am Med Assoc*. 2000;284:3043-45.

World Health Organization. Diet, Nutrition and the Prevention of Chronic Diseases. Report of a Joint WHO/FAO Expert Consultation. WHO Technical Report Series 916. Geneva; 2003.

Zenk SN, Powell LM. US secondary schools and food outlets. *Health and Place*. 2008;14(2):336-46.

5 CONCLUSÕES E CONSIDERAÇÕES FINAIS

Com base na investigação da percepção dos estudantes sobre os temas abordados foi possível identificar que o consumo de alimentos saudáveis, como frutas, legumes e verduras estava presente no cotidiano dos estudantes, porém de modo diferenciado. Enquanto o consumo de frutas foi relatado pelos estudantes das duas escolas, o consumo de legumes e verduras foi pouco referido na escola particular, e esteve relacionado à disponibilidade em projetos sociais por estudantes da escola pública. A disponibilidade de alimentos saudáveis tem influência positiva na formação de bons hábitos alimentares, assim como o exemplo dado pelos pais. Nas duas escolas as crianças relataram perceber estímulo por parte dos pais ao consumo de FLV, mas apenas os estudantes da escola particular mencionaram sentirem-se controlados quanto ao consumo de guloseimas.

Ficou evidente que as crianças das duas escolas gostavam de comer guloseimas e costumavam adquiri-las com seu próprio dinheiro. No entanto, foram as crianças da escola pública que relataram mais liberdade para fazer compras e gastar mais com estes produtos. Este comportamento pode ter sido influenciado pelo baixo custo e fácil acesso a estes produtos, mas também pelo alto valor sócio-cultural que representam na sociedade atualmente.

O hábito excessivo de assistir à TV esteve presente nas duas realidades sem a percepção de influência dos pais, juntamente com o consumo de alimentos pouco nutritivos e o desejo de compra dos produtos divulgados nas propagandas. Portanto, é possível que os hábitos alimentares e o comportamento consumidor dos estudantes entrevistados estivesse realmente sendo influenciado pelo hábito de assistir à TV excessivamente. Embora estudos com populações maiores sejam necessários, estratégias voltadas para a educação dos pais em relação ao efeito da TV sobre os hábitos de seus filhos devem ser incentivadas, principalmente entre a população de menor renda. Além disso, devido ao tempo de exposição elevado à TV observado entre os estudantes desta pesquisa, evidencia-se a importância de que seja realmente implementada a regulamentação para propagandas de alimentos pouco nutritivos direcionadas às crianças brasileiras.

Em decorrência dos dados encontrados nas escolas em relação ao hábito excessivo de assistir à TV observado entre os estudantes, um projeto de extensão intitulado “Menos TV, Mais saúde: estratégias para promover a adoção de hábitos alimentares mais saudáveis”, foi

desenvolvido em 2007. Esse projeto contou com a participação de treze alunos do curso de graduação em nutrição da UFSC, e obteve financiamento da Pró Reitoria de Cultura e Extensão. O objetivo foi desenvolver ações e materiais educativos direcionados aos escolares, pais e professores, no sentido de esclarecer o efeito da televisão sobre as escolhas alimentares e promover a adoção de estilos de vida saudáveis. Foram realizadas oficinas com os alunos sobre a percepção da sua relação com os alimentos e sobre a influência da TV nas suas escolhas alimentares, além de jogos educativos sobre os temas abordados. Para pais e professores, foram confeccionados informativos abordando a influência da mídia sobre o comportamento alimentar dos escolares, bem como orientações para uma alimentação e estilo de vida saudáveis.

Após o desenvolvimento das atividades, observou-se que as crianças tinham o conhecimento do que era uma alimentação saudável e das suas implicações na qualidade de vida, e que as mensagens transmitidas durante os encontros foram compreendidas pela maioria dos alunos. Entretanto, apesar dos objetivos do projeto terem sido alcançados, uma das recomendações do relatório final do projeto é que a educação nutricional seja incorporada na grade curricular das disciplinas para que os hábitos alimentares saudáveis sejam realmente incorporados no dia-a-dia das crianças.

Algumas limitações devem ser consideradas na interpretação dos resultados do presente estudo. A utilização de manuscritos baseados em entrevistas realizadas em períodos diferentes (2005 e 2008) pode ter influenciado as diferenças observadas entre as respostas das crianças. Outra limitação é relacionada à utilização de apenas duas escolas no estudo. Entretanto, foram analisadas as falas de cento e onze crianças, o que constitui uma amostra relativamente grande para um estudo qualitativo. Seria interessante a realização de estudos qualitativos com um número ainda maior de estudantes, de modo a aprofundar o conhecimento sobre a sua percepção em relação a aspectos comportamentais tão importantes.

Uma das dificuldades encontradas durante a realização desta pesquisa foi a pequena quantidade de estudos brasileiros caracterizando o comportamento de crianças enquanto consumidoras primárias, o que dificultou a discussão dos resultados obtidos. A comparação com estudos realizados em outros países revelou que alguns aspectos identificados na presente pesquisa eram de fato similares a outros contextos, enquanto que outros diferiram consideravelmente, reforçando a importância da continuidade desta linha de estudo.

REFERÊNCIAS

ALMEIDA, S. de S.; NASCIMENTO, P. C.; QUAIOTI, T. C. B. 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.

AMUNA, P.; ZOTOR, F. B. Epidemiological and nutrition transition in developing countries: impact on human health and development. *Proceedings of the Nutrition Society*, Holanda, v. 67, n. 1, p. 82-90, fev. 2008.

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

ARANCETA, J.; PÉREZ-RODRIGO, C.; RIBAS, L.; SERRA-MAJEM, L. Sociodemographic and lifestyle determinants of food patterns in Spanish children and adolescents: the enKid study. *European Journal of Clinical Nutrition*, v. 57, suppl 1, p. S40–S44, 2003.

BARBOSA, R. M. S.; CROCCIA, C.; CARVALHO, C. G. DO N.; FRANCO, V. C.; SALLES-COSTA, R.; SOARES, E. A. Consumo alimentar de crianças com base na pirâmide alimentar brasileira infantil. *Revista de Nutrição*, Campinas, v. 18, n. 5, p. 633-641, set./out. 2005.

BARDIN, L. *Análise de conteúdo*. Ed. rev. e actual. Lisboa: Edições 70, 2010. 281 p.

BARRÍA, R. M. P.; AMIGO, H. C. Transición nutricional: una revisión del perfil latinoamericano. *Archivos Latinoamericanos de Nutricion*, Caracas, v. 56, n. 1; p. 3-11, mar. 2006.

BATADA, A.; SEITZ, M. D.; WOOTAN, M. G.; SOTRY, M. Nine out of 10 food advertisements shown during Saturday morning children's television programming are for foods high in fat, sodium, or added sugars, or low in nutrients. *Journal of the American Dietetic Association*, v. 108, n.4, p. 673-678, abr. 2008.

BATISTA FILHO, M.; SOUZA, A. I. de; MIGLIOGLI, T. C.; SANTOS, M. C. dos. Anemia e obesidade: um paradoxo da transição nutricional brasileira. *Cadernos de Saúde Pública*, Rio de Janeiro, v. 24, supl. 2, p. 247-257, 2008.

BEZERRA, I. N.; SICHIERI, R. Eating out of home and obesity: a Brazilian nationwide survey. *Public Health Nutrition*, v. 11, n. 12, p. 2037-2043, nov. 2009.

BINKLEY, J. K.; EALES, J.; JEKANOWSKI, M. The relation between dietary change and rising US obesity. *International Journal of Obesity and Related Metabolic Disorders*, v. 24, n. 8, p. 1032-1039, aug. 2000.

BIRCH, L. L. Psychological influences on the childhood diet. *Journal of Nutrition*, v. 128, n. 2, p. 407S-410S, fev. 1998.

_____. Development of food preferences. *Annual Review of Nutrition*, v. 19, p. 41-62, jul. 1999a.

_____. Os padrões de aceitação do alimento pelas crianças. *Anais Nestlé*, v. 57, p. 12-20, 1999b.

BIRCH, L. L.; FISHER, J. O. Development of Eating Behaviors Among Children and Adolescents. *Pediatrics*, v. 101, n. 3, p. 539-549, mar. 1998.

BORZEKOWSKI, D. L. G.; ROBINSON, T. N. The 30-second effect: an experiment revealing the impact of television commercials on food preferences of preschoolers. *Journal of the American Dietetic Association*, v. 101, n.1, p. 42-46, jan. 2001.

BOOTH, M. L.; CHEY, T.; WAKE, M.; NORTON, K.; HESKETH, K.; DOLLMAN, J.; ROBERTSON, I. Change in the prevalence of overweight and obesity among young Australians, 1969–1997. *American Journal of Clinical Nutrition*, v. 77, n. 1, p. 29–36, jan. 2003.

BOWER, J. A.; SANDALL, L. Children as consumers – snacking behaviour in primary school children. *International Journal of Consumer Studies*, v. 26, n. 1, p. 15–26, mar. 2002.

BRASIL. Ministério do Trabalho e Emprego. *Classificação Brasileira de Ocupações*, 2002. Disponível em:
<<http://www.mtebo.gov.br/cbsite/pages/informacoesGerais.jsf>>.
Acesso em: 12 outubro 2009.

BRASIL. Ministério da Saúde. Agência Nacional de Vigilância Sanitária. *Consulta pública nº 71*, de 10 de novembro de 2006. Brasília: ANVISA, 2006a. Disponível em:
<[http://www4.anvisa.gov.br/base/visadoc/CP/CP\[16556-1-0\].PDF](http://www4.anvisa.gov.br/base/visadoc/CP/CP[16556-1-0].PDF)>.
Acesso em: 02 novembro 2009.

_____. Guia alimentar para a população brasileira: promovendo a alimentação saudável. Brasília: 2006b. 210p.

BRASIL. Ministério da Educação. Fundo Nacional de Desenvolvimento da Educação. Dispõe sobre o atendimento da alimentação escolar aos alunos da educação básica no Programa Nacional de Alimentação Escolar - PNAE. *Lei nº. 11.947*, de 16 de junho de 2009. Brasília: FNDE, 2009a. Disponível em: <<http://www.fnde.gov.br/index.php/ae-legislacao>>. Acesso em: 23 abril 2010.

_____. Dispõe sobre o atendimento da alimentação escolar e do Programa Dinheiro Direto na Escola aos alunos da educação básica; altera as Leis nº 10.880, de 9 de junho de 2004, 11.273, de 6 de fevereiro de 2006, 11.507, de julho de 2007; revoga dispositivos da Medida Provisória nº 2.178-36, de 24 de agosto de 2001, e a Lei nº 8.913, de 12 de julho de 1994; e dá outras providências. *Resolução/FNDE/CD/ n. 38*, de 16 de julho de 2009. Brasília: Distrito Federal, 2009b

BRASIL. Senado Federal. *Projeto de Lei do Senado nº 150*, de 20 de abril de 2009. Brasília: Senado Federal, 2009c. Disponível em: <http://www.senado.gov.br/sf/atividade/materia/detalhes.asp?p_cod_mate=90577>. Acesso em: 02 novembro 2009.

BRASIL. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. *Pesquisa de orçamentos familiares no Brasil, 2008/2009*. Antropometria e estado nutricional de crianças, adolescentes e adultos no Brasil. Rio de Janeiro: Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística, 2010a.

BRASIL. Ministério da Saúde, Agência Nacional de Vigilância Sanitária. Dispõe sobre a oferta, propaganda, publicidade, informação e outras práticas correlatas cujo objetivo seja a divulgação e a promoção comercial de alimentos considerados com quantidades elevadas de açúcar, de gordura saturada, de gordura trans, de sódio, e de bebidas com baixo teor nutricional. *Resolução n. 24*, de 29 de junho de 2010. Brasília: Distrito Federal, 2010b.

BRUSDAL, R.; BERG, L. Are parents gender neutral when financing their children's consumption? *International Journal of Consumer Studies*, v. 34, n. 1, p 3–10, 2010.

CARLSSON-KANYAMA, A.; GONZÁLEZ, A. D. Potential contributions of food consumption patterns to climate change. *American Journal of Clinical Nutrition*, v. 89, n. 5, p. 1704-1709, abr. 2009.

CAROLI, M, ARGENTIERI, L, CARDONE, M, MASI, A. Role of television in childhood obesity prevention. *International Journal of Obesity and Related Metabolic Disorders*, v. 28, supl. 3: 104-108, 2004.

CONSELHO NACIONAL DE AUTORREGULAMENTAÇÃO PUBLICITÁRIA (Brasil). *Código Brasileiro de Autorregulamentação Publicitária*, 1977. Disponível em: <<http://www.conar.org.br/>>. Acesso em: 02 novembro 2009.

CONSELHO NACIONAL DE SAÚDE. Aprova as diretrizes para a promoção da alimentação saudável com impacto na reversão da epidemia de obesidade e prevenção das doenças crônicas não transmissíveis. *Resolução n. 408*, de 11 de dezembro de 2008. Brasília: Distrito Federal, 2008.

DARMON, N.; DREWNOWSKI, A. Does social class predict diet quality? *American Journal of Clinical Nutrition*, v. 87, n. 5, p. 1107–1117, 2008.

DAVEY SMITH, G.; BRUNNER, E. Socio-economic differentials in health: The role of nutrition. *Proceedings of the Nutrition Society*, v. 56, p. 75-90. 1997.

DOREY, E.; MCCOOL, J. The Role of the Media in Influencing Children's Nutritional Perceptions. *Quality Health Research*, v. 19, n. 5, p. 645-653, 2009.

DREWNOWSKI, A., SPECTER, S. E. Poverty and obesity: the role of energy density and energy costs. *American Journal of Clinical Nutrition*, v. 79, n. 1, p. 6-16, 2004.

ENNS, C.W.; MICKLE, S. J.; GOLDMAN, J. D. Trends in food and nutrient intakes by children in the United States. *Family Economics and Nutrition Review*, v. 14, n. 2, p. 56–68, 2002.

EUROPEAN UNION PLEDGE, 2009. Termo de compromisso entre empresas para regulamentar o marketing de alimentos direcionados às crianças. Disponível em: <<http://www.eu-pledge.eu/index.html>>. Acesso em: 02 novembro 2009.

FIATES, G. M. R. *Comportamento do consumidor escolar de Florianópolis: relação com preferências alimentares, influência da televisão e estado nutricional*. 2006. 166 f. Tese (Doutorado em Ciências dos Alimentos) – Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2006.

FIATES, G. M. R.; AMBONI, R. D. de M. C.; TEIXEIRA, E. Comportamento consumidor, hábitos alimentares e consumo de televisão por escolares de Florianópolis. *Revista de Nutrição*, Campinas, v. 21, n. 1, p. 105-114, jan./fev., 2008.

GALCHEVA, S. V.; IOTOVA, V. M.; STRATEV, V. K. Television food advertising directed towards Bulgarian children. *Archives of Diseases in Childhood*, v. 93, n. 10, p. 857-861, oct. 2008.

GARCIA, R. W. D. *A comida, a dieta, o gosto: mudanças na cultura alimentar urbana*. 1999. 305 f. Tese (Doutorado em Psicologia) - Instituto de Psicologia da Universidade de São Paulo, São Paulo, 1999.

_____. Reflexos da globalização na cultura alimentar: considerações sobre as mudanças na alimentação urbana. *Revista de Nutrição*, Campinas, v. 16, n. 4, p. 483-492, out./dez. 2003.

GISKES, K.; TURRELL, G.; PATTERSON, C.; NEWMAN, B. Socio-economic differences in fruit and vegetable consumption among Australian adolescents and adults. *Public Health Nutrition*, v. 5, n. 5, p. 663–669, 2002.

GLADE, M. J. Food, nutrition, and the prevention of cancer: a global perspective. *Nutrition*, v. 15, n. 6, p. 523–526, jun. 1999.

GOMES, F. S. Letters to the Editor: marketing of unhealthy food to young children. Brazilian David and Multinational Goliath. *Public Health Nutrition*, v. 12, n. 7, p. 1024–1025, 2009.

GORIS, J. M.; PETERSEN, S.; STAMATAKIS, E.; VEERMAN, J. L. Television food advertising and the prevalence of childhood overweight and obesity: a multicountry comparison. *Public Health Nutrition*, v. 13, n. 7, p. 1003-1012, 2009.

GREEN, J.; THOROGOOD, N. *Qualitative methods for health research*. London: Sage, 2004. 262 p.

GUIMARÃES, B. S.; ZUFFO, C. R. K.; BOTTEGA, D.; KIMOTO, T.; JORGE, T. P.; PACHECO, V. C.; FIATES, G. M. R. Comportamento consumidor de alunos de uma escola pública de Florianópolis/SC: influência da televisão. *Nutrição Brasil*, v. 9, n. 3, p. 148-153, 2010.

GUINARD, J.X. Sensory and consumer testing with children. *Trends in Food Science and Technology*, v. 11, n. 8, p. 273-283, 2001.

HALFORD, J. C. G.; GILLESPIE, J.; BROWN, V.; PONTIN, E. E.; DOVEY, T. M. Effect of television advertisements for foods on food consumption in children. *Appetite*, v. 42, n. 2, p. 221-225, 2004.

HARRISON, C.; MARSKE, A. L. Nutritional Content of Foods Advertised During the Television Programs Children Watch Most. *American Journal of Public Health*, v. 95, n. 9, p. 1568–1574, 2005.

HASTINGS, G.; MCDERMOTT, L.; ANGUS, K.; STEAD, M.; THOMSON, S. *The extent, nature and effects of food promotion to children: a review of the evidence*. Geneva: World Health Organisation, 2006. Disponível em: <www.who.int/entity/dietphysicalactivity/publications/Hastings_paper_marketing.pdf>. Acesso em: 02 novembro 2009.

HAWKES, C. *Marketing de alimentos para crianças: o cenário global das regulamentações* / Organização Mundial da Saúde. Tradução: Gladys Quevedo Camargo. Brasília: Organização Pan-Americana da Saúde; Agência Nacional de Vigilância Sanitária, 2006.

HEALTH SURVEY FOR ENGLAND. Updating of trend tables to include 2005 data. *The NHS Information Centre: for health and social care*, 2006. Disponível em: <<http://www.ic.nhs.uk/webfiles/publications/hseupdate05/HSE2005TrendCommentary.pdf>>. Acesso em: 05 dezembro 2009.

INSTITUTE OF MEDICINE. McGinnis, J.M.; Gootman, J.A.; Kraak, V.I. (eds). *Food Marketing to Children and Youth: Threat or Opportunity?*, Committee on Food Marketing and the Diets of Children and Youth. Institute of Medicine of the National Academies. Washington, DC, 2006.

INSTITUTO ALANA. Criança e consumo. Comunicação. Clipping. *Abia consegue liminar contra Anvisa*, 2010. Disponível em: <<http://www.alana.org.br/CriancaConsumo/NoticiaIntegra.aspx?id=7656&origem=23>>. Acesso em: 10 outubro 2010.

INSTITUTO MÍDIATIVA. *Brasileiro vê TV mais de 5 horas por dia*, 2006. Disponível em: <<http://www.midiativa.org.br/index.php/midiativa/content/view/full/2717>>. Acesso em: 02 novembro 2009.

JOHN, D. R. Consumer socialization of children: a retrospective look at twenty-five years of research. *Journal of Consumer Research*, v. 26, n. 3, p. 1-42, 1999.

JOHNSON, R. K. Changing eating and physical activity patterns of US children. *Proceedings of the Nutrition Society*, v. 59, n. 2, p. 295–301, mai. 2000.

KANT, A. K.; GRAUBARD, B. I. Eating out in America, 1987–2000: trends and nutritional correlates. *American Journal of Preventive Medicine*, v. 38, n. 2, p. 243–249, 2004.

KARSAKLIAN, E. *Comportamento do consumidor*. ed. 2 São Paulo: Atlas, 2004. 339 p.

KEITA, A. D.; CASAZZA, K.; THOMAS, O.; FERNANDEZ, J. R. Neighborhood-level disadvantage is associated with reduced dietary quality in children. *Journal of the American Dietetic Association*, v. 109, n.9, p. 1612-1616, sep. 2009.

KELLY, B.; HALFORD, J. C. G.; BOYLAND, E. J.; CHAPMAN, K.; BAUTISTA-CASTAN, I.; BERG, C.; CAROLI, M.; COOK, B.; COUTINHO, J. G.; EFFERTZ, T.; GRAMMATIKAKI, E.; KELLER, K.; LEUNG, R.; MANIOS, Y.; MONTEIRO, R.; PEDLEY, C.; PRELL, H.; RAINE, K.; RECINE, E.; SERRA-MAJEM, L.; SINGH, S.; SUMMERBELL, C. Television Food Advertising to Children: A Global Perspective. *American Journal of Public Health*, v. 100, n. 9, p. 1730–1736, sep. 2010.

KERR, M. A.; RENNIE, K. L.; MCCAFFREY, T. A.; WALLACE, J. M.; HANNON-FLETCHER, M. P.; LIVINGSTONE, M. B. E. Snacking patterns among adolescents: a comparison of type, frequency and portion size between Britain in 1997 and Northern Ireland in 2005. *British Journal of Nutrition*, v. 101, n. 1, p. 122–131, jan. 2009.

KIDD, P.S., PARSHALL, M. B. Getting the focus and the group: enhancing analytical rigor in focus group research. *Qualitative Health Research*, v. 10, p. 293–308, 2000.

KIM, S., MOON, S., POPKIN, B. M. The nutrition transition in South Korea. *American Journal of Clinical Nutrition*, v. 71, p. 44–53, 2000.

KRUEGER, R. A.; CASEY, M. A. *Focus groups: a practical guide for applied research*. ed. 4 Thousand Oaks, CA: Sage Publications, 2009. 217 p.

LEVY-COSTA, R. B.; CLARO, R. M.; MONTEIRO, C. A. Sugar and total energy content of household food purchases in Brazil. *Public Health Nutrition*, v. 12, n. 11, p. 2084-2091, 2009.

LEVY-COSTA, R. B.; SICHIERI, R.; PONTES, N. dos S.; MONTEIRO, C. A. Disponibilidade domiciliar de alimentos no Brasil: distribuição e evolução (1974-2003). *Revista de Saúde Pública*, v. 39, n. 4, p. 530-540, 2005.

LIANG, T.; KUHLE, S.; VEUGELERS, P. J. Nutrition and body weights of Canadian children watching television and eating while watching television. *Public Health Nutrition*, v. 12, n. 12, p. 2457-2463, 2009.

LIVINGSTONE, S. *New Research on Advertising Foods to Children: An Updated Review of the Literature*. Ofcom Television Advertising of

Food and Drink Products to Children Consultation, 2006. Londres: Medialse, 2006.

LOBSTEIN, T.; DIBB, S. Evidence of a possible link between obesogenic food advertising and child overweight. *Obesity Reviews*, v. 6, n. 3, p. 203–208, 2005.

MARMOT, M., ATINMO, T., BYERS, T.; CHEN, J.; HIROHATA, T.; JACKSON, A.; JAMES, W.P.T.; KOLONEL, L.N.; KUMANYIKA, S.; LEITZMANN, C.; MANN, J.; POWERS, H.J.; REDDY, K.S.; RIBOLI, E.; RIVERA, J.A.; SCHATZKIN, A.; SEIDELL, J.C.; SHUKER, D.E.; UAUY, R.; WILLETT, W.; ZEISEL, S.H. *Food, Nutrition, Physical Activity, and the Prevention of Cancer: a Global Perspective*. Research report. WCRF/AICR Expert Report. Washington: American Institute for Cancer Research, 2007.

MARTINELLI, M. L. Seminário sobre metodologias qualitativas de pesquisa. In: _____. *Pesquisa qualitativa: um instigante desafio*. São Paulo: Veras, 1999. p. 11-18.

MAYS, N.; POPE, C. Qualitative research: rigour and qualitative research. *British Medical Journal*, v. 311, n. 6998, p. 109-112, jul. 1995.

_____. Qualitative research in health care: assessing quality in qualitative research. *British Medical Journal*, v. 320, p. 50-52, jan. 2000.

MAZUR, A.; TELEGA, G.; KOTOWICZ, A., MALEK, H.; JAROCHOWICZ, S.; GIERCZAK, B.; MAZURKIEWICZ, M.; POP, T.; ZAJKIEWICZ, K.; DOBRUCKI, M.; MAZUR, D. Impact of food advertising on food purchases by students in primary and secondary schools in south-eastern Poland. *Public Health Nutrition*, v. 11, n. 9, p. 978–981, 2008.

MCNEAL, J. U. Tapping the three kid's markets. *American Demographics*, v. 20, n. 4, p. 37- 41, apr. 1998.

_____. *Children as consumer of commercial and social products*. Washington, DC: Pan American Health Organization, 2000. 104 p.

MCNEAL, J. U.; YEH, C. Development of consumer behavior among Chinese children. *Journal of Consumer Marketing*, v. 16, n. 5, p. 45-59, 1997.

_____. Consumer behavior of Chinese children: 1995-2002. *Journal of Consumer Marketing*, v. 20, n. 6, p. 542-554, 2003.

MERCHANT, A. T.; DEGHAN, M.; BEHNKE-COOK, D.; ANAND, S. S. Diet, physical activity, and adiposity in children in poor and rich neighbourhoods: a cross-sectional comparisson. *Nutrition Journal*, v. 6, n. 1, p. 1-7, jan. 2007.

MISHRA, G.; BALL, K., ARBUCKLE, J., CRAWFORD D. Dietary patterns of Australian adults and their association with socioeconomic status: results from the 1995 National Nutrition Survey. *European Journal of Clinical Nutrition*. v. 56, n. 7, p. 687-693, jul. 2002.

MONTEIRO, C. A. Nutrition and health. The issue is not food, nor nutrients, so much as processing. Invited Comentary. *Public Health Nutrition*, v. 12, n. 5, p. 729-731, 2009.

MONTEIRO, C. A.; BENICIO, M. H. D.; KONNO, S. C.; SILVA, A. C. F. da; LIMA, A. L. L. de; CONDE, W. L. Causas do declínio da desnutrição infantil no Brasil, 1996-2007. *Revista de Saúde Pública*, v. 43, n. 1, p. 35-43, 2009.

MONTEIRO, C. A.; MONDINI, L.; COSTA, R. B. L. Mudanças na composição e adequação nutricional da dieta familiar nas áreas metropolitanas do Brasil entre 1988 e 1996. In: Monteiro, Carlos Augusto, org. *Velhos e novos males da saúde no Brasil: a evolução do país e de suas doenças*. São Paulo: Hucitec, 2000, p. 115-143.

MUÑOZ, K. A.; KREBS-SMITH, S. M.; BALLARD-BARBASH, R.; CLEVELAND, L. E. Food intakes of US children and adolescents compared with recommendations. *Pediatrics*, v.100, n. 3, p. 323-329, 1997.

NASCIMENTO, A. B. *Hábito de assistir à televisão, comportamento consumidor e hábitos alimentares de estudantes de uma escola pública em Florianópolis*, 2010. Dissertação (Mestrado em Nutrição) – Curso de Pós-Graduação em Nutrição, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2010.

NASCIMENTO, P. C. B. D. *A influência da televisão nos hábitos alimentares de crianças e adolescentes*. 2006. 157 f. Tese (Doutorado em Ciências) - Faculdade de Filosofia, Ciências e Letras de Ribeirão Preto, Universidade de São Paulo, Ribeirão Preto, 2006.

NORTHSTONE, K.; EMMETT, P.; ALSPAC STUDY TEAM. Multivariate analysis of diet in children at four and seven years of age and associations with socio-demographic characteristics. *European Journal of Clinical Nutrition*, v. 59, p. 751–760, 2005.

NUNES, M. M.; FIGUEIROA, J. N.; ALVES, J. G. B. Excesso de peso, atividade física e hábitos alimentares entre adolescentes de diferentes classes econômicas em Campina Grande (PB). *Rev Assoc Med Bras*, v. 53, n. 2, p. 130-134, 2007.

OBESITY POLICY COALITION. *Evidence of the effects of food promotion on children*. Diabetes Australia – Victoria, Deakin University and The Cancer Council Victoria, 2007.

OLIVARES, S.; ALBALA, C.; GARCÍA, F.; JOFRÉ, I. Publicidad televisiva y preferencias alimentarias en escolares de la Región Metropolitana. *Revista Médica de Chile*, v. 127, p. 791-799, 1999.

OLIVARES, S.; YÁÑEZ, R.; DÍAZ, N. Publicidad de alimentos y conductas alimentarias en escolares de 5° a 8° básico. *Revista Chilena de Nutrición*, Santiago, v. 30, n. 1, p. 36-42, abr. 2003.

ORGANIZAÇÃO PAN-AMERICANA DA SAÚDE. Escritório Regional para as Américas da Organização Mundial da Saúde. *Prevenção de Doenças Crônicas um investimento vital*. Tradução de Marcelo Carvalho Oliveira. Brasília: OPAS, 2005.

_____. *Estratégia de Cooperação Técnica da OPAS/OMS com a República Federativa do Brasil, 2008-2012*. Plano de Trabalho Bianual 2008-2009. Brasília: OPAS, 2008.

OUTLEY, C. W.; TADDESE, A. A. Content Analysis of Health and Physical Activity Messages Marketed to African American Children During After-School Television Programming. *Archives of Pediatrics and Adolescent Medicine*, v. 160, p. 432-435, 2006.

ÖZGEN, Ö. An analysis of child consumers in Turkey. *International Journal of Consumer Studies*, v. 27, n. 5, p. 366–380, 2003.

PHILIPPI, S. T.; CRUZ, A. T. R.; COLUCCI, A. C. A. Pirâmide alimentar para crianças de 2 e 3 anos. *Revista de Nutrição*, Campinas, v. 16, n. 1, p. 5-19, 2003.

PONTES, T. E.; COSTA, T. F.; MARUM, A. B. R. F.; BRASIL, A. L. D.; TADDEI, J. A. de A. C. Orientação nutricional de crianças e adolescentes e os novos padrões de consumo: propagandas, embalagens e rótulos. *Revista Paulista de Pediatria*, v. 27, n. 1, p. 99-105, 2009.

POPE, C.; MAYS, N. Qualitative research: reaching the parts other methods cannot reach: an introduction to qualitative methods in health and health services research. *British Medical Journal*, v. 311, p. 42-45, jul. 1995.

POPKIN, B. M. The nutrition transition and its health implications in lower-income countries. *Public Health Nutrition*, v. 1, p. 5-21, 1998.

_____. The nutrition transition and obesity in the developing world. *Journal of Nutrition*, v. 131, p. 871S-873S, 2001.

_____. Global changes in diet and activity patterns as drivers of the nutrition transition. In: KALHAN, S.C., PRENTICE, A.M, YAJNIK, C.S. *Emerging Societies: Coexistence of Childhood Malnutrition and Obesity*. Switzerland: Karger, 2009.

POPKIN, B. M.; GE, K.; ZHAI, F.; GUO, X.; MA, H.; ZOHOORI, N. The nutrition transition in China: a cross sectional analysis. *European Journal of Clinical Nutrition*, v. 47, p. 333-346, 1993.

POWELL, L. M.; SZCZYPKA, G.; CHALOUPKA, F.J. Exposure to Food Advertising on Television Among US Children. *Archives of Pediatrics and Adolescent Medicine*, v. 161, n. 6, p. 553-560, jun. 2007.

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

RIBEIRO, R. Q. C.; LOTUFO, P. A.; LAMOUNIER, J. A.; OLIVEIRA, R. G.; SOARES, J. F.; BOTTER, D. A. Fatores adicionais de risco cardiovascular associados ao excesso de peso em crianças e adolescentes: o estudo do coração de Belo Horizonte. *Arquivos Brasileiros de Cardiologia*, v. 86, n. 6, p. 408-418, 2006.

RIVERA, F. S. R.; SOUZA, E. M. T. Consumo alimentar de escolares de uma comunidade rural. *Comunidade, Ciência & Saúde*, v. 17, n. 2, p. 111-119, 2006.

ROBINSON, S.; MARRIOTT, L.; POOLE, J.; CROZIER, S.; BORLAND, S.; LAWRENCE, W.; LAW, C.; GODFREY, K.; COOPER, C.; INSKIP, H.; THE SOUTHAMPTON WOMEN'S SURVEY STUDY GROUP. Dietary patterns in infancy: the importance of maternal and family influences on feeding practice. *British Journal of Nutrition*, v. 98, n. 5, p. 1029–1037, nov. 2007.

ROSSI, A.; MOREIRA, E. A.; RAUEN, M. S. Determinantes do comportamento alimentar: uma revisão com enfoque na família. *Revista de Nutrição*, v. 21, n. 6, p. 739-748, 2008.

SANTA CATARINA. *Lei nº 12.061, de 18 de dezembro de 2001*. Dispõe sobre critérios de concessão de serviços de lanches e bebidas nas unidades educacionais, localizadas no Estado de Santa Catarina. Florianópolis, 2001. Disponível em: <www.sed.sc.gov.br>. Acesso em: 22 abril 2010.

SIGULEM, D. M.; DEVINCENZI, U. M.; LESSA, A. C. Diagnóstico do estado nutricional da criança e do adolescente. *Jornal de Pediatria*, Rio de Janeiro, v. 76, supl. 3, p. 275 – 284, 2000.

SIVIERO, A.A.; ANTI, S.M.A.; BANDEIRA, C.R.S.; RUSSEFF, M.M.; FISBERG, M. Intervenção e orientação nutricional no acompanhamento de crianças desnutridas em creches de São Paulo. *Revista Paulista de Pediatria*, São Paulo, v.15, n.1, p.7-13, 1997.

ST-ONGE, M.; KELLER, K. L.; HEYMSFIELD, S. B. Changes in childhood food consumption patterns: a cause for concern in light of increasing body weights. *American Journal of Clinical Nutrition*, v. 78, p. 1068–1073, p. 2003.

STRASBURGER, V.C.; JORDAN, A. B.; DONNERSTEIN, E. Health effects of media on children and adolescents. *Pediatrics*, v. 125, n. 4, p. 756-767, 2010.

TREMBLAY, M. S; KATZMARZYK, P. T.; WILLMS, J. D. Temporal trends in overweight and obesity in Canada, 1981–1996. *International Journal of Obesity*, v. 26, n. 4, p. 538–543, apr. 2002.

UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA. Observatório de Políticas de Segurança Alimentar e Nutrição. *Monitoramento de Propaganda de Alimentos Visando à Prática da Alimentação Saudável*, 2008. Disponível em: <<http://vsites.unb.br/fs/opsan/propaganda.pdf>>. Acesso em: 09 outubro 2009.

VALKENBURG, P. M.; CANTOR, J. The development of child into a consumer. *Applied Development Psychology*, v. 22, n. 1, p. 61-72, 2001.

VALLE, J. M. N.; EUCLYDES, M. P. 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 Viçosa, v. 10, n. 1, p. 56-65, jan./jun. 2007.

VEERMAN, J. L., BEECK, E. F. V., BARENDREGT, J. J., MACKENBACH, J. P. By how much would limiting TV food advertising reduce childhood obesity? *European Journal of Public Health*, v. 19, n. 4, p. 365-369, 2009.

VELOSO, A. R.; HILDEBRAND, D. F. N.; DARÉ, P. R. C.; CAMPOMAR, M. C. A criança no varejo de baixa renda. *RAE-eletrônica*, v. 7, n. 2, art. 19, p. 0-0, jul./dez. 2008.

WANG, Y.; LOBSTEIN, T. Worldwide trends in childhood overweight and obesity. *International Journal of Pediatric Obesity*, v. 1, n. 1, p. 11-25, 2006.

WANG, Y. C.; LUDWIG, D. S.; SONNEVILLE, K.; GORTMAKER, S. L. Impact of change in sweetened caloric beverage consumption on energy intake among children and adolescents. *Archives of Pediatrics and Adolescent Medicine*, v. 163, n. 4, p. 336-343, 2009.

WANG, Y.; MONTEIRO, C.; POPKIN, B. M. Trends of obesity and underweight in older children and adolescents in the United States, Brazil, China, and Russia. *American Journal of Clinical Nutrition*, v. 75, n. 6, p. 971-977, jun. 2002.

WARD, Scott. Consumer socialization. *Journal of Consumer Research*, v. 1, n.1, p.1-14, 1974.

WORLD HEALTH ORGANIZATION. *Diet, Nutrition and the Prevention of Chronic Diseases*. Report of a Joint WHO/FAO Expert Consultation. WHO Technical Report Series 916. Geneva: World Health Organisation, 2003.

_____. *Obesity and overweight*, 2006. Disponível em: <<http://www.who.int/mediacentre/factsheets/fs311/en/>>. Acesso em: 02 novembro 2009.

_____. *2008-2013 action plan for the global strategy for the prevention and control of noncommunicable diseases: prevent and control cardiovascular diseases, cancers, chronic respiratory diseases and diabetes*. Geneva: World Health Organisation, 2009. 42p.

YACH, D.; HAWKES, C; GOULD, C. L.; HOFMAN, K. J. The global burden of chronic diseases: overcoming impediments to prevention and control. *Journal of the American Dietetic Association*, v. 291, n. 21, p. 2616-2622, 2004.

ZENK, S. N.; POWELL, L. M. US secondary schools and food outlets.
Health and Place, v. 14, n. 2, p. 336-346, 2008.

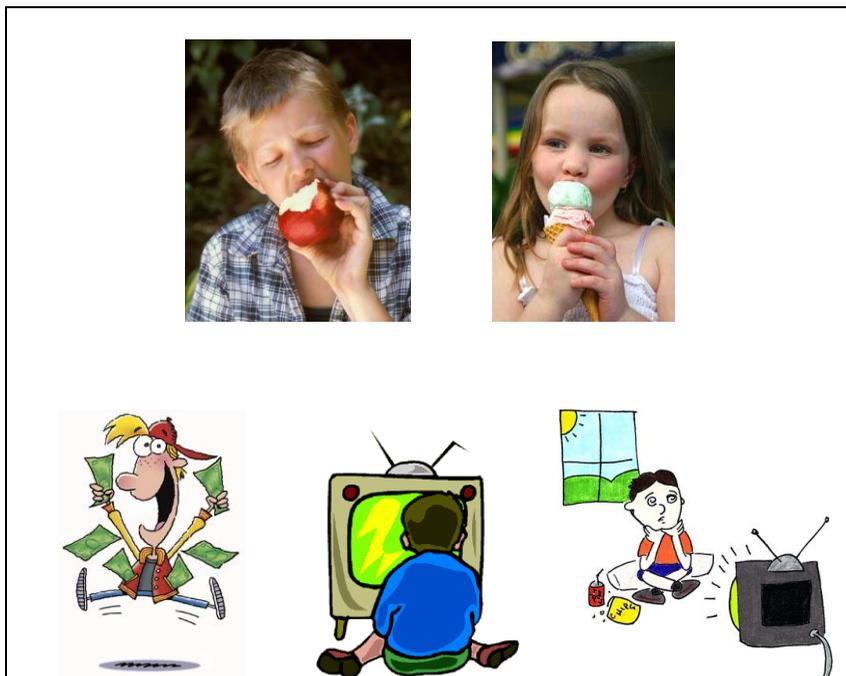
ANEXO 1 – CLASSIFICAÇÃO BRASILEIRA DE OCUPAÇÕES 2002 –
ADAPTADA DO MINISTÉRIO DO TRABALHO E EMPREGO (BRASIL,
2002).

Nível	CBO 2002 – Grandes Grupos / Títulos
0	Forças Armadas, Policiais e Bombeiros Militares
1	Membros superiores do poder público, dirigentes de organizações de interesse público e de empresas e gerentes
2	Profissionais das ciências e das artes
3	Técnicos de nível médio
4	Trabalhadores de serviços administrativos
5	Trabalhadores dos serviços, vendedores do comércio em lojas e mercados
6	Trabalhadores agropecuários, florestais, da caça e pesca
7	Trabalhadores da produção de bens e serviços industriais
8	Trabalhadores da produção de bens e serviços industriais
9	Trabalhadores de manutenção e reparação

ANEXO 2 – GUIAS DE DISCUSSÃO SEMI-ESTRUTURADOS (FIATES, 2006; NASCIMENTO, 2010).

ESCOLA PARTICULAR	ESCOLA PÚBLICA
- Um alimento pode ser saudável e gostoso ao mesmo tempo?	- Um alimento pode ser saudável e gostoso ao mesmo tempo?
- O que gostam de comer? (gosta de frutas? E saladas? Come todo dia? E guloseimas? Come todo dia?)	- Você gosta de comer frutas? Com que frequência? E vegetais? Você gosta de comer guloseimas? Com que frequência?
- Seus pais o incomodam sobre seus hábitos alimentares?	- Seus pais o incomodam sobre seus hábitos alimentares?
- Você passa muito tempo vendo TV? Quais seus programas preferidos?	- Você gosta de assistir à televisão? Em que horários? (Que programas vocês assistem?)
- Se tivesse que ficar um tempo sem ver TV seria ruim? O que fazer para passar o tempo?	- O que é melhor? Brincar ou ver televisão? E o que vocês fazem mais?
- Seus pais o incomodam sobre seu hábito de ver TV?	- Seus pais o incomodam sobre seu hábito de ver TV?
- Você costuma comer alguma coisa enquanto assiste à TV?	- Você costuma comer alguma coisa enquanto assiste à TV?
- Ter dinheiro é importante? Por quê? Pra comprar o quê?	- Ter dinheiro é importante? Por quê? Pra comprar o quê?
- (Vocês têm dinheiro? Ganham mesada?)	- Você tem dinheiro? Como você ganha?
- Você gosta de fazer compras? Quais? (E guloseimas?)	- O que você compra com o seu dinheiro? Que tipo de alimento você compra com o seu dinheiro?
- Onde vocês vêm as coisas que têm vontade de comprar?	- Vocês têm vontade de comprar os produtos anunciados na TV?
- Você já realizou compras sozinho?	- Você já realizou compras sozinho?

ANEXO 3 – IMAGENS UTILIZADAS NOS GRUPOS FOCAIS (FIATES, 2006).



ANEXO 4 – PARECER COMITÊ DE ÉTICA PARA PESQUISA COM
SERES HUMANOS DA UFSC (FIATES, 2006).



UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA CATARINA
COMITÊ DE ÉTICA EM PESQUISA COM SERES HUMANOS
PARECER CONSUBSTANCIADO - PROJETO Nº 293/05

I – Identificação:

- Título do Projeto: **PERFIL CONSUMIDOR DE ESCOLARES DO MUNICÍPIO DE FLORIANÓPOLIS: RELAÇÃO COM PREFERÊNCIAS ALIMENTARES, INFLUÊNCIA DA MÍDIA E ESTADO NUTRICIONAL**
- Pesquisador Responsável: Profa. Dra. Evanilda Teixeira
- Pesquisador Principal: Giovanna Medeiros Rataichesk Fiates
- Data Coleta dados: Início: Outubro/2005 Término previsto: Abril/2006
- Local onde a pesquisa será conduzida: Hospital, Comunidade Outras: Colégio Energia de Ensino Fundamental

II - Objetivos:

Objetivo geral

Conhecer o comportamento consumidor de um grupo de escolares do município de Florianópolis e comprovar a seguinte hipótese: o perfil é semelhante ao citado na literatura internacional e sofre grande influência dos meios de comunicação em detrimento da influência familiar, além de estar moldando as preferências alimentares e trazendo consequências sobre o estado nutricional.

Objetivos específicos

- conhecer as atitudes de crianças em idade escolar (7—10 anos) como consumidores diretos e como influenciadores dos gastos da família;
- determinar o grau de exposição das crianças à mídia televisiva;
- conhecer as preferências alimentares e os alimentos mais rejeitados pelas crianças;
- avaliar nutricionalmente as crianças, determinando prevalência de magreza, eutrofia e sobrepeso ou obesidade;
- conhecer a opinião das crianças sobre seus gastos, pedidos de compras, programas de TV preferidos e escolhas alimentares;
- verificar se os hábitos de consumo das crianças estão provocando conflitos entre estas e seus pais;
- verificar se existe associação entre o consumo elevado de televisão, se preferências alimentares e o estado nutricional das crianças estudadas.

III - Sumário do Projeto

- A) INFORMAÇÃO GERAL
- B) TÍTULO DO PROJETO: **PERFIL CONSUMIDOR DE ESCOLARES DO MUNICÍPIO DE FLORIANÓPOLIS: RELAÇÃO COM PREFERÊNCIAS ALIMENTARES, INFLUÊNCIA DA MÍDIA E ESTADO NUTRICIONAL**
 - 1) PESQUISADOR RESPONSÁVEL (ORIENTADOR): Profa. Dra. Evanilda Teixeira
 - 2) PESQUISADOR PRINCIPAL: Giovanna Medeiros Raichesk Fiates



**UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA CATARINA
COMITÊ DE ÉTICA EM PESQUISA COM SERES HUMANOS
PARECER CONSUBSTANCIADO - PROJETO Nº 293/05**

- 3) Data proposta para início da coleta de dados: Out 2005 Término previsto: Abr/2006
- 4) Indique onde a pesquisa será conduzida: Hospital, Comunidade e Outras
 - a. Este projeto não foi apreciado anteriormente pelo Comitê de Ética.

IV – Comentário.

Trata-se de projeto devidamente documentado. O tema é relevante, haja vista que o presente projeto tem por objetivo focalizar a situação nutricional das crianças em idade escolar, tendo em vista o bombardeio de informações oferecido pela mídia, nem um pouco preocupada com o envolvimento dos pequenos em hábitos de vida saudável. Há uma crescente preocupação no Brasil e no Exterior. Recentemente, na Inglaterra, os médicos alertaram que, se não houvesse a mudança imediata dos hábitos alimentares das crianças, no futuro elas morrerão antes que seu país. Os maus hábitos alimentares acarretam obesidade e doenças sérias em crianças. Os princípios bioéticos estão atendidos, sendo que o TCLE será assinado pelos representantes dos menores. Portanto, o princípio da autonomia está atendido. Há a garantia da confidencialidade dos dados. Quanto ao princípio da beneficência, vislumbra-se que as crianças serão beneficiadas com as mudanças de hábitos que se fazem necessárias após a realização de um diagnóstico por parte dos pesquisadores. No que diz respeito ao princípio da não-maleficência, verifica-se que os envolvidos não correrão nenhum risco. O princípio da justiça está atendido porque a pesquisa vai contribuir para se ter uma noção mais exata dos hábitos alimentares das crianças brasileiras, que são levadas pela mídia ao consumo exagerado de produtos industrializados e destituídos de nutrientes.

V – Parecer final: Aprovado

Ante o exposto, somos pela aprovação do projeto em análise.


Prof^a. Vera Lúcia Bosco
Coordenadora do CEPH/UFSC

Data da Reunião do Conselho de Ética: 26/09/2005

Fonte: CONEP/ANVS - Resoluções 196/96 e 251/97 do CNS.

ANEXO 5 – PARECER COMITÊ DE ÉTICA PARA PESQUISA COM SERES HUMANOS DA UFSC (NASCIMENTO, 2008).

UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA CATARINA - UFSC COMITÊ DE ÉTICA EM PESQUISA COM SERES HUMANOS -CEP PARECER CONSUBSTANCIADO - PROJETO Nº 171/07

I – Identificação:

- **Título do Projeto:** PERFIL DO CONSUMIDOR INFANTIL NO MUNICÍPIO DE FLORIANÓPOLIS: RELAÇÃO COM PREFERÊNCIAS ALIMENTARES, CONSUMO TELEVISÃO E ESTADO NUTRICIONAL EM ESCOLARES DA REDE PÚBLICA.
- **Pesquisador Responsável:** Giovanna M.R.Fiates
- **Pesquisador Principal:** Giovanna M.R.Fiates
- **Data Coleta dados:** 08/07 a 12/08
- **Local onde a pesquisa será conduzida:** UFSC – NIPEH

II - Objetivos:

Geral: Caracterizar o comportamento consumidor de um grupo de escolares do município de Florianópolis e verificar se existe associação entre o consumo de televisão, as preferências alimentares e o estado nutricional das crianças.

Específicos:

- conhecer o grau de exposição à televisão e à mídia televisiva, analisando o número de horas gastas por dia nesta atividade, disponibilidade de aparelhos de televisão no ambiente doméstico (inclusive no quarto), existência de normas quanto ao tempo passado em frente à televisão;
- Conhecer as preferências alimentares, quanto ao consumo de guloseimas e alimentos saudáveis;
- Conhecer as atitudes dos escolares como consumidores diretos, verificando e conhecendo quais os tipos de alimentos são adquiridos através de gastos independentes;
- Determinar se os escolares são fisicamente ativos ou sedentários;
- Determinar a prevalência de sobre peso e obesidade no grupo estudado;
- Verificar se o consumismo e os pedidos de compras das crianças estão provocando conflitos entre estas e seus pais;
- Verificar se as escolhas alimentares e o hábito de ver TV estão provocando conflitos com os pais.

III - Sumário do Projeto

Pesquisa individual de pesquisadora que está caracterizada como uma pesquisa descritiva, de campo, para observar fenômenos e causas, analisar e interpretar a realidade. As crianças de 7 a 10 anos de uma escola pública da cidade de Florianópolis serão avaliadas através de questionário semi-estruturado, levantamento antropométrico e posterior entrevista em Grupos focais a serem definidos durante a análise dos questionários.

A amostra será intencional e tem-se como hipótese do trabalho que os escolares da rede pública de Florianópolis assistem muita televisão, o que influencia as preferências



**UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA CATARINA - UFSC
COMITÊ DE ÉTICA EM PESQUISA COM SERES HUMANOS -CEP
PARECER CONSUBSTANCIADO - PROJETO Nº 171/07**

alimentares, os gastos independentes e os pedidos de compras de alimentos, além de colaborar para o sedentarismo e trazer conseqüências sobre o estado nutricional.

A pesquisa terá 18 meses de andamento e espera-se com o resultado demonstrar aos pesquisados que podem melhorar seu padrão de vida com uma melhor postura entre uso da televisão e alimentação.

IV - Comentário

A pesquisa apresenta tema atual e relevante, o projeto está bem redigido e fundamentado, os pesquisadores envolvidos estão capacitados ao seu desenvolvimento, os locais da amostra são relevantes para o resultado esperado e o protocolo contém todos os documentos necessários para a análise.

O TCLE está adequado.

V – Parecer CEP:

aprovado

não aprovado

com pendência

retirado

aprovado e encaminhado ao CONEP

Informamos que o parecer dos relatores foi aprovado por unanimidade ou maioria, em reunião deste Comitê na data de 30 de julho de 2007.

Prof. Washington Portela de Souza

Coordenador do CEP

Fonte: CONEP/ANVS - Resoluções 196/96 e 251/97 do CNS.