

A construção comportamental da alimentação humana em face da cultura midiática e aspectos da saúde pública.

Nathanyelle Soraya M. de Aquino¹, Tamara Kássia L. Oliveira², Marcio Augusto R. Sant' Ana³

¹Discente do Curso de Tecnologia em Alimentos, IFMA – Campus São Luís – Maracanã - (nyelleaquino@hotmail.com)

²Discente do Curso de Tecnologia em Alimentos, IFMA – Campus São Luís – Maracanã - (tamarakassia05@hotmail.com)¹

³Docente do Curso de Tecnologia em Alimentos, IFMA – Campus São Luís – Maracanã (mandeseutrabalho@hotmail.com)

Resumo: O presente estudo visa discutir a influência da mídia nos hábitos alimentares d população brasileira, em especial, em tono do consumo de comidas rápidas. Atualmente, os meios de comunicação permeiam todos os campos de conhecimento, seja nas relações pessoais, sociais profissionais e familiares, ao passo que trata de infinitas questões culturais, tais como: moda, saúde, religiosidade, lazer e alimentação. Todas essas influências midiáticas acabam por vir mudanças comportamentais positivas e negativas, em relação aos prejuízos observam-se na saúde pública diversas ocasiões de doenças alimentares não-transmissíveis e modismo alimentar, que por sua vez pode vir também ocasionar transtorno bio-psíquico-social.

Palavra chave: alimentação, mídia, saúde pública.

1. INTRODUÇÃO

A escolha dos alimentos sofre interferências diversas no comportamento alimentar humano, que por sua vez é moldado por fatores externos e internos, desde os aspectos socioculturais até aos aspectos fisiológicos, biológico e psicológico, respectivamente. Vale lembrar que, o fator geográfico também interfere na cultura alimentar de uma população, uma vez que a disponibilidade do alimento na região define os traços culturais dos consumidores.

A construção da dialética em torno da antropologia da alimentação será um dos objetos do trabalho, sendo a discussão em torno da relação mídia e globalização, o qual possibilita observar a construção de situações de costumes, práticas e desejos ora permanentes ora efêmeros. Fato que estabeleceu novos paradigmas e diluições de tabus alimentares, construções de novos signos, relacionamentos e hábitos alimentícios.

A globalização historicamente vem promovendo intercâmbios de culturas, matérias-primas, produtos e serviços, entretanto, no final do século XX aceleraram novos arranjos e dinamismos nas práticas culinárias e gastronômicas para apreços das sociedades. E este movimento de intercambio em diversas culturas houve aceitação, em outras observamos diversos problemas no âmbito social, político, econômico, religioso e emocional.

O presente artigo visa discutir sobre assuntos relacionados à questão da antropologia da alimentação brasileira, cuja intenção foi construir um breve levantamento sobre hábitos alimentares, e sua relação com as heranças e mudanças históricas, em particular no processo de midiaticização, e assim, pretendem-se levantar um cenário sobre das múltiplas perspectivas contemporâneas da cultura da alimentação.

2. METODOLOGIA

A metodologia deste trabalho foi construída por meio de levantamentos de referencias, leituras e discussão de artigos em sala de aula sobre assuntos relacionados à questão da antropologia de alimentação, segurança alimentar e qualidade nutricional. Para tanto, foi proposto aos grupos na disciplina gestão da segurança alimentar a elaboração de um artigo que abordasse assuntos relacionados às temáticas estruturadas.

3. DISCUSSÃO TEÓRICA

O hábito alimentar brasileiro, por exemplo, foi moldado inicialmente por três povos distintos, os indígenas com amidos e raízes, os africanos com as misturas de alimentos na panela e, os portugueses com gordura, massas e doces (LEONARDO, 2009). Mas, a partir do início do século XXI notaram-se novas influências midiáticas para um modelo de cultura massificada e

padronizada por razões mercadológicas e comerciais, tendo como suposição os argumentos da sistematização da qualidade nos processos alimentícios.

Assim, a presença marcante da mídia nas atividades da vida cotidiana mostra anseios e necessidades em desenvolvimentos de habilidades para lidar com a convivência em um mundo de imagens (ALMEIDA, 2009). A representação simbólica da mercadoria é atribuída por um valor, que atenda os desejos conscientes e inconscientes dos indivíduos e, até mesmo na criação de um novo desejo. A televisão aberta é a maior fonte de lazer e informação da maioria da população, fazendo com que favoreça a construção de visões sobre tudo e todos.

Valendo-se que os comerciais são as fontes de informações em torno da alimentação e alimentos, os quais transmitem diversas vezes comportamentos e hábitos considerados inadequados para a saúde e, isto se torna agravante quando influenciam no comportamento de crianças e adolescentes, uma vez que os comportamentos sociais e alimentares ainda estão em formação. Os anúncios possuem intensa estratégia de mercado que visa estabelecer crenças nutricionais, atitudes e padrão de consumo da juventude, promovendo assim, alterações no consumo alimentar das pessoas. Fato que influencia substancialmente na aquisição e consumo dos alimentos, já que a alimentação engloba tanto a necessidade quanto o desejo do indivíduo (MIOTTO e OLIVEIRA, 2006).

A televisão por ser o meio de comunicação mais difundido entre a população é responsável muitas vezes por estimular e criar moldes aos hábitos de consumo, de forma a inserir na alimentação, estruturas ideológicas e simbólicas das necessidades de alimentos, que na maioria das vezes são prejudiciais para o corpo de forma fisiológica e nutricional agravando assim a saúde pública da população.

As populações norte-americanas são famosas por seus sistemas de comidas rápidas, tais como: *fast foods* e *self-service* que com a chegada do mercado globalizado, acabou disseminando essa prática ideológica para as demais nações através de lanchonetes e restaurantes que atravessaram fronteiras e fincaram a bandeira em shoppings e praças de alimentação pelo mundo, Segundo Ortigoza (1997) afirma que: “*os Estados Unidos sempre foram o centro difusor de consumo do mundo, já que sempre estiveram a frente no que concerne à racionalidade do processo de acumulação, por isso foram capazes de disseminar pelo mundo todo, formas, usos e hábitos*”.

Dessa maneira, a mídia veio através do novo mercado - já conquistado no seu país, atravessar fronteiras e criar novos hábitos no mundo. Por exemplo, certas populações deixaram de cozinhar seus alimentos para a compra rápida e prática oferecida pelos *drives through*, *disque-entregas* ou mesmo em pratos de elaboração instantânea encontradas em supermercados.

Em consequência, a trajetória deste modelo de consumo de alimentação rápida acarreta malefícios para a saúde pública, uma vez que sem saber, acabam ingerindo alimentos com grandes quantidades de calorias, sódio e aditivos alimentares que diretamente afetam a saúde, que por ventura causam diversas doenças não-transmissíveis, e conseqüentemente, preocupações com as questões salutaras e estéticas. De tal modo, percebe-se que os mais afetados por esses hábitos alimentares é o público infante-juvenil, indivíduos em fase de desenvolvimento corporal e mental, que são mais susceptíveis as mudanças e facilmente influenciáveis.

Para os próprios norte-americanos a ideia de alimentação *fast food* tornou-se ao passar dos anos um costume social que vem dominando a população desde a sua infância até indivíduos de outras nações, continentes, raças e culturas.

Garcia (2003) relata que alimentar-se atualmente demonstra um modo de vida urbano que se caracteriza pela escassez de tempo tanto para o preparo, quanto para o consumo de alimentos, pela presença de produtos com novas tecnologias de preservação e consumo, pelo deslocamento das refeições de casa para os estabelecimentos fornecedores de comida e pela flexibilização de horários para se alimentar, ainda há o fator de igual ou maior importância que é o aspecto social da alimentação, pois, observou-se que as pessoas sentem um grande prazer em consumir alimentos em locais públicos, pois é uma forma de interagir socialmente. (VIEIRA *et al* 2007).

Essa mudança de hábito – comida caseira para comida rápida - afirma os relatos que as propagandas de alimentos veiculadas na televisão podem influenciar a escolha inadequada de alimentos, incentivos de dietas não saudáveis, e até mesmo na ingestão de produtos alimentares que, em geral, contêm altos níveis de constituintes não-saudáveis, tais como: gorduras, excesso de açúcares refinados e sal que contribui para a obesidade e/ou hipertensão.

Ao se ingerir alimentos ricos em substâncias não-saudáveis, não se ganha apenas peso, que pode ser entendido pelos aspectos em torno da obesidade, mas, também pelo fato de estar associado em torno das doenças não-transmissíveis, como: diabetes, problemas cardiovasculares, osteoporose, hipertensão, colesterol alto. Também, existem outros problemas de ordem psicológica, como baixa autoestima, agressividade e timidez, além do baixo rendimento escolar, apatia, entre outros fatores psicossociais. (COPACABANA RUNNERS, 2005, p.1 apud VIEIRA *et al*, 2007).

É importante destacar que, a prevalência da obesidade chegou a triplicar em diversos países nas últimas décadas, transformando-a numa pandemia. Em 2003, no Brasil, cerca de 40% da população apresentou excesso de peso, no entanto, o fato mais preocupante é que a prevalência de obesidade infanto-juvenil no Brasil aumenta consideravelmente, chegaram a 240% nos últimos 20 anos, e a prevalência de obesidade mórbida aumentaram 255%, ou seja, a população está ficando obesa mais precocemente, e em graus mais acentuados (ABDO, 2008). A cidade campeã com pessoas acima do peso é o Rio de Janeiro, com 48,3% e a cidade que possui o menor índice-geral é São Luiz, capital do Maranhão, com 34,1% (COLARES, 2008).

Santelle (2008) relata que o estado de saúde ou de doença pode decorrer da qualidade e da quantidade de alimentos ingeridos em cada fase da vida, sendo assim, os fatores genéticos não justificam sozinho o alto índice de transtornos alimentares em torno da obesidade em um país, sabe-se também que os fatores externos interferem negativamente de forma significativa.

Os processos tecnológicos em torno da alimentação, em especial, os alimentos industrializados mostraram-se grandes contribuidores aliados à genética em torno da questão da saúde pública, ora traduzida como algo positivo em torno da seguridade dos alimentos sobre os aspectos qualitativos e quantitativos, ora são vistos negativamente, como percussores de alimentos ricos em sódio, excesso de açúcares refinados, gorduras saturadas, aditivos alimentares artificiais e hormônios.

A situação da obesidade se agrava por causa da vida sedentária, em detrimento da falta de atividade física. A situação piora quando observa nas práticas cotidianas o uso de carros em curtas distâncias e de escadas rolantes ao invés de tradicionais escadas. Além, dos objetos como os jogos eletrônicos, associados ao uso excessivo dos computadores e celulares ligados, especialmente nas redes sociais.

A junção de hábitos sedentários com uma alimentação inadequada, altamente calórica, premiada com altos teores de açúcar e gordura saturada, acarretou em doenças não-transmissíveis graves, denominadas como “doenças modernas”. Além disso, recentes dados foram divulgados pelo IBGE sobre a alimentação do brasileiro, que revelou uma constatação negativa ao destacar que mais de 90% dos brasileiros consomem poucas frutas, legumes e verduras (BLASI, 2011).

GRAZINI (1996) ao observar os produtos alimentícios veiculados em comerciais televisivos, tendo em vista o público adolescente, observou que o percentual de propagandas de alimentos durante o mês de março de 1996, em duas emissoras, foi de 19 e 27% e que houve predominância na exposição de *snacks*, produtos que podem atrapalhar as refeições principais e possuem, em sua maioria, quantidades excessivas de açúcar, gorduras e/ou sódio, predispondo os indivíduos, particularmente crianças e adolescentes, às doenças crônicas não-transmissíveis.

Outro dado a ser destacado, foi que as consequências destes maus hábitos criaram na população certos mecanismos por soluções rápidas e práticas que possam corrigir qualquer déficit alimentar por meio do desenvolvimento, comercialização e divulgação de produtos destinados àqueles que querem cuidar da saúde. Sendo assim, o mercado lança novidades quase todos os dias para os cuidados corporais, em especial, para redução de peso, gel e massagens redutores, equipamentos, linhas *light* e *diet*, dietas milagrosas e procedimentos cirúrgicos.

As mídias contribuem para o crescimento das revistas e de produtos voltados para essa finalidade de manter ou conseguir a boa forma. Neste sentido, observa-se com maior frequência a exposição de dietas, produtos, alimentos, cardápios semanais denotando imaginário da cultura da felicidade por meio do culto ao corpo, do emagrecimento, da eterna beleza juvenil, dando espaço ao que se chama Modismo Alimentar.

A questão da estética corporal também se tornou uma grande preocupação da sociedade atual, em contraposição, a cultura do sedentarismo/obesidade, vem crescendo uma cultura focada em resultados por meio das atividades físicas, aliados a combinações alimentares buscase o corpo perfeito, que não necessariamente é saudável. Neste contexto, vem sendo divulgado nas circulações de jornais, revistas e matérias televisivas informações a respeito dos assuntos relacionados à questão da estética corporal e alimentação voltada para o emagrecimento.

Infelizmente, nem sempre os meios de comunicação traz a informação corretas ao público, ao contrário disso, tem-se visto muita inverdades, charlatanismo e enganações sem fins científicos e tecnológicos, que acabam sendo aceitas pela população até mesmo virando moda alimentar nos verões e academias.

A preocupação surgiu que estudos apontam que o comportamento contemporâneo de consumo alimentar está mudando bruscamente, surge uma preocupação ainda maior, pelo fato que os brasileiros não possuem uma alimentação balanceada e rica em nutrientes. Visto que, o índice de obesidade vem crescendo em todos os estados e em todas as idades, justamente por termos um hábito culinário rico em gorduras e açúcares refinado.

Recentes estudos divulgados pelo Ministério da Saúde indica que o excesso de peso e a obesidade aumentaram no país no período de 2006 a 2011. De acordo com a pesquisa de Vigilância de Fatores de Risco e Proteção para Doenças Crônicas por Inquérito Telefônico (Vigitel), a proporção de pessoas acima do peso no Brasil passou de 42,7% em 2006 para 48,5% em 2011, enquanto o percentual de obesos subiu de 11,4% para 15,8% no mesmo período.

O Ministério da Saúde revelam que 15,8% dos brasileiros são obesos, o maior índice da história, sendo que 49% estão acima do peso. Dentre as capitais Porto Alegre (RS) é a capital com mais pessoas acima do peso: 55%. Fortaleza (CE) aparece em segundo lugar, com 54% de prevalência de adultos com sobrepeso. Duas capitais, Palmas (TO) e São Luís (MA), são as que tiveram menor número de pessoas com excesso de peso: 40% da população. A obesidade é mais frequente em Macapá e Porto Alegre, com 21% e 20%, respectivamente. Novamente a capital do Tocantins, Palmas, aparece como a cidade com menos obesos (12,5%), seguida por Teresina (13%) e São Luís (13%). Já na lista das capitais que possuem o menor índice de pessoas com sobrepeso estão São Luís (39,8%), Palmas (40,3%), Teresina (44,5%) e Aracaju (44,5%) (BRASIL, 2011).

A preocupação maior está em relação à obesidade do gênero masculino, cujo dados revelam que 6,3% dos homens de 18 a 24 anos se encaixam nessa categoria, contra 17,2% dos homens de 25 a 34 anos. Entre as mulheres, 6,9% das que têm de 18 a 24 anos são obesas. O índice quase dobra entre mulheres de 25 a 34 anos (12,4%) e quase triplica entre 35 e 44 anos (17,1%). Após os 45 anos, a frequência da obesidade se mantém estável, atingindo cerca de um quarto da população feminina (BRASIL, 2011).

No final do ano 2011, o Ministério da Saúde preocupado com o assunto da relação entre nutrição e saúde pública promoveu uma reunião em Brasília em parceria com o Ministério da Saúde e da Educação. Em pauta, o consumo exagerado de alimentos com açúcar e gorduras. Vícios brasileiros detectados pela Organização Mundial de Saúde (OMS), devido aos números alarmantes que vêm resultando no aumento da obesidade, hipertensão e diabetes o governo e sociedade produzirão em 2012 um detalhado documento sobre educação alimentar visando a desencadear ações de saúde, educação e assistência social utilizando o PNAE (Programa Nacional de Alimentação Escolar).

Apesar dos esforços do governo e das sociedades civil organizadas, ainda há necessidade de fomentar novos códigos alimentares, conceitos de estimulação para alimentação mais saudáveis, associadas às práticas esportivas por meio de atividades físicas individuais e coletivas, para somar neste novo cenário da cultura alimentar brasileira, outra opção frente aos



modelos de refeições e excessivamente industrializadas ou mesmo da valorização da tradição alimentar alheio hábitos mais salutar, como por exemplo, práticas da agricultura familiar.

4. CONCLUSÕES

O artigo apresentou situações que o povo brasileiro vem sofrendo rápidas mudanças em seus hábitos alimentícios. Os produtos industrializados, *fast food*, a mídia estão interferindo e transformando o consumo da população, mas de forma maléfica, já que os produtos adotados, não são os mais saudáveis e acabam prejudicando a saúde física e psicológica, devido às doenças do tipo: obesidade, diabetes, hipertensão, e o mais grave, é que tais consequências estão afetando principalmente a população jovem do Brasil, aumentando os índices de sedentários precoces.

Apesar das mudanças, os hábitos não estão se tornando efeitos positivos, uma vez que a sociedade não está sendo capaz de discernir entre as necessidades, caso não haja entendimentos sobre o assunto poderá vir a torna-se um grande problema para a sociedade.

Apesar do governo e sociedade civil reconhecer a problemática da saúde pública na alimentação brasileira, ainda há diversos problemas para discutir e resolver. Uma iniciativa louvável foi estabelecer metas de programas de alimentação escolar, em especial, para as crianças e adolescentes, uma vez que os mesmos são os melhores disseminadores das novas ideias, promoção de uma alimentação saudável, e com isso tentem reverter ou minimizar essa situação de doença por meio de maus hábitos alimentícios.

Neste fim, a intenção foi alertar para possíveis problemas de saúde associado à questão da alimentação, além de promover pesquisas que discuta a necessidade de fomentar novos códigos alimentares, conceitos de estimulação de práticas mais saudáveis, associadas às atividades esportivas e lúdicas, e com isso somar neste novo cenário da cultura alimentar brasileira, outra opção frente aos modelos emergentes de comida rápidas e altamente processadas industrialmente, será a valorização da tradição alimentar alheio hábitos mais saudáveis, consumo por meio de práticas agropecuárias mais sustentáveis,



REFERÊNCIAS

- ABDO, Anete Hannud. **Obesidade: uma questão de cidadania**. Stoa: São Paulo, 2008. Disponível em: <<http://stoa.usp.br/aneteha/weblog/28776.html>>. Acesso em: 25 maio 2012.
- ALMEIDA, Simone de Lira *et al.* **A gastronomia está na mídia: uma discussão sobre o consumo em restaurantes a partir do filme Ratatouille**. 2009. Disponível em: <<http://www.anptur.org.br/anais/seminario2009/DAC3/272-478-1-RV.pdf>>. Acesso em 28/05/2012.
- BLASI, Tereza Cristina. **Os brasileiros estão ficando mal nutridos**. Blogspot: 2011. Disponível em: <<http://compartilhamento-compartilhamento.blogspot.com.br/2011/08/os-brasileiros-estao-ficando-mal.html>>. Acesso em 25 maio 2012.
- CARVA, Érica Blascovi de. **Influência das Propagandas de Televisão na Alimentação de Crianças e Adolescentes**. Disponível em: <http://www.fef.unicamp.br/departamentos/deafa/qvaf/livros/alimen_saudavel_ql_af/escolares/escolares_cap3.pdf>. Acesso em 28 maio 2012.
- CHAUD, Daniela Maria Alves; MARCHIONI, Dirce Maria Lobo. **Nutrição e mídia: uma combinação às vezes indigesta**. [200?]. Disponível em: <http://encipecom.metodista.br/mediawiki/images/1/19/20_-_Nutricao_e_Midia.pdf>. Acesso em: 28 maio 2012.
- COLARES, Rogéria. **Obesidade**. Espaço Mulher Saúde e Bem Estar. 2008. Disponível em: <<http://espacosaudeebemestar.blogspot.com.br/2008/05/obesidade.html>>. Acesso em: 07 jul 2012
- LEONARDO, Maria. **Antropologia da alimentação: a cultura alimentar brasileira**.
- MIOTTO, Ana Cristina; OLIVEIRA, Ana Flávia. **A influência da mídia nos hábitos alimentares de crianças de baixa renda do Projeto Nutrir**. 2006. Disponível em: <http://www.spsp.org.br/Revista_RPP/24-14.pdf>. Acesso em 28 maio 2012.
- VIEIRA, Aline Mink *et al.* **Fast food: modificação dos hábitos alimentares**. 2007. Disponível em: http://www.assesc.edu.br/download/4-jornada-academica/Fast_food.pdf>. Acesso em 28 maio 2012.