

**INFLUÊNCIA DA MÍDIA NO COMPORTAMENTO ALIMENTAR DA
SOCIEDADE**

FARIAS, Leiliany Ortiz¹; GOMES, Daiane Silva de Sousa¹; SOUZA, Rafael Alves¹; MENDES, Thais Juniene Batista¹; OLIVEIRA, Vanderneide Costa²;

¹ São Lucas Educacional - Curso de Nutrição

² São Lucas Educacional - Orientadora, docente do curso de Nutrição

INTRODUÇÃO: A mídia está sendo um instrumento muito importante nos últimos anos, sendo utilizada como meio de comunicação capaz de influenciar a sociedade em vários aspectos. Os meios de comunicação têm colaborado para que as pessoas tenham mudanças comportamentais em sua alimentação. No Brasil, o aumento de doenças crônicas, excesso de peso, obesidade e distúrbios alimentares, pode estar relacionado com a influência negativa da mídia. Segundo Miotto e Oliveira (2006), a influência que os meios de comunicação causam no comportamento para o consumo de alimentos é bastante significativa, pois abrange tanto a necessidade, quanto o desejo do sujeito. Observam-se cada vez mais exageros quando o assunto é alimentação, a mídia vem através de notícias e aspectos que causam terrorismo nutricional com especulações que chamam a atenção do público, porém na maioria das vezes enganadoras. A população está sendo influenciada através dos meios de comunicação para que consuma fast food, lanches calóricos, assim como, a busca pelo corpo ideal, indicando dietas abusivas, e preocupando os profissionais da área da saúde e alimentação. **OBJETIVO:** Analisar a influência que a mídia tem no comportamento alimentar do ser humano. **MATERIAL E MÉTODOS:** Utilizou-se para pesquisa deste artigo as bases de dados Literatura Latino-Americana e do Caribe em Ciências da Saúde (LILACS), Scientific Eletronic Library Online (SCIELO), Revista de Nutrição e Revista Paulista de Pediatria. **RESULTADOS E DISCUSSÃO:** A partir da análise feita em pesquisas científicas publicadas nas bases, 53.210 pessoas maiores de 18 anos foram entrevistadas em todas as capitais dos estados do Brasil desde 2006 até 2016, sobre o impacto causado no comportamento alimentar. Pode-se destacar a influência que meios de comunicação como: internet, televisão e revistas exercem em adultos, tanto no excesso de consumo de alimentos ricos em açúcar, sódio e gordura, quanto nas restrições severas por meio de propagandas indicando diuréticos, laxantes ou remédios para reduzir o apetite, sem indicação de um profissional nutricionista. Foi possível analisar também, que a televisão é o meio de comunicação com maior número de propagandas e comerciais alimentícios. Um diagnóstico das propagandas divulgadas por meio das três principais emissoras que possuíam no ano de 2001, 90% da audiência revelou que 44% das propagandas alimentícias eram sobre alimentos ricos em açúcar e gordura. Ainda, pode-se afirmar que, de acordo com a pesquisa realizada em 2016 pela Secretaria de Vigilância em Saúde (SVS) do Ministério da Saúde, a Pesquisa VIGITEL, em uma década, mais da metade da população está com o peso acima do recomendado, e 18,9% dos brasileiros estão obesos, e também teve um aumento de mais de 60% de pessoas com diabetes tipo II, e 14,2% com

III SIMPÓSIO REGIONAL DE PESQUISA CIENTÍFICA E TECNOLÓGICA | DE RONDÔNIA

hipertensão arterial sistêmica. **CONCLUSÃO:** Observou-se que o impacto que a mídia causa sobre a sociedade no comportamento alimentar é destacável. Foi possível identificar através da pesquisa realizada pelo VIGITEL, que, o excesso de peso é mais prevalente entre os homens com 57,7% e mulheres com 50,5%, já, a obesidade tem frequência semelhante entre ambos os sexos, em homens com 18,1% e mulheres com 19,6%, as mulheres tem mais diagnóstico de diabetes com 9,9% e homens com 7,8%, e também de hipertensão com a prevalência maior em mulheres sendo de 27,5% e 23,6% em homens. Sendo assim, fazer com que a população mantenha seus hábitos alimentares saudáveis não é uma tarefa fácil, principalmente quando está rodeada de comerciais persuasivos sobre comidas não saudáveis, e como consequência, a saúde fica prejudicada. Visando alterar esse panorama é importante que as pessoas distingam melhor as informações que chegam até elas, e buscar através dos meios de comunicação o auxílio de um profissional da área da saúde e alimentação antes de adotar qualquer comportamento alimentar.

AGRADECIMENTOS: Agradecemos ao Centro Educacional São Lucas.

Palavras-chave: Comportamento Alimentar; Mídia; Sociedade.

Contato: leilianyortiz@hotmail.com