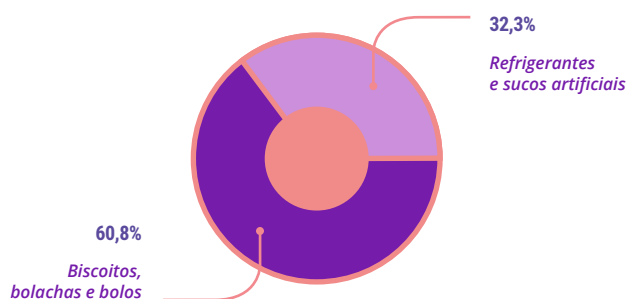


COMPREENDENDO AS PREFERÊNCIAS ALIMENTARES DAS CRIANÇAS

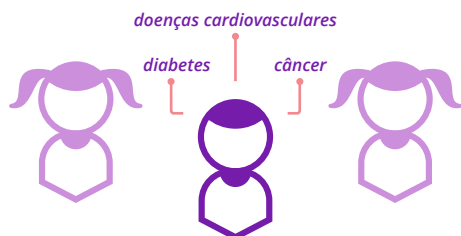
O que as crianças comem...

Tem impactos para sua saúde. Pesquisas^{1,2}, realizadas no Brasil, apontam que o consumo de produtos ultraprocessados se inicia cada vez mais cedo.

CONSUMO ALIMENTAR DE CRIANÇAS MENORES DE 2 ANOS

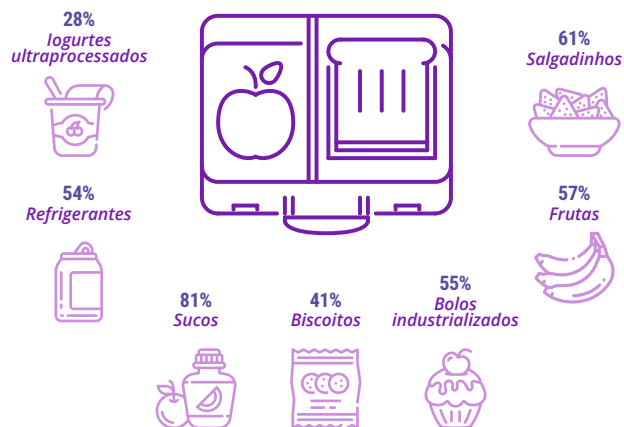


A Pesquisa de Orçamentos Familiares (POF) de 2008-2009 mostra que uma em cada três crianças entre 5 e 9 anos brasileiras estão com excesso de peso. Doença que pode levar esse grupo a desenvolver diversas DCNTs (Doenças Crônicas Não Transmissíveis) durante a vida.



Preferências alimentares entre as crianças

O Idec, em parceria com o UNICEF³, realizou uma pesquisa qualitativa com 69 crianças de 7 a 12 anos, de diferentes níveis socioeconômicos, de áreas urbanas do município de São Paulo e descobriu o que as crianças mais gostam de lanchar na escola:



Para crianças de classes sociais mais baixas, frutas vêm apenas em quarto lugar na lista de preferência (47%). Bolos industrializados e bolachas são as opções favoritas.

Os dados da pesquisa comprovam que a publicidade de alimentos impacta significativamente na decisão da família sobre o que vão consumir.

Realização

idec
Instituto Brasileiro de
Defesa do Consumidor

Em parceria com

unicef
para cada criança

**ALIMENTANDO
POLÍTICAS**

COMO SERIA A EMBALAGEM “IDEAL” DE UM PRODUTO, NA OPINIÃO DOS PEQUENOS

Qualidades relacionadas ao prazer de comer (por exemplo, “é doce”, “tem recheio”, “é gostoso”, “é crocante”) ou à sensação de sustância (“mata a fome”, “enche a barriga”) são mais importantes para as crianças do que o alimento ser saudável.

Para as crianças, o que chama mais atenção na hora de escolher um produto é uma embalagem em que se destaque:

- Imagem do alimento
- Cores vibrantes e chamativas
- Informações sobre o sabor
- Características indulgentes do produto
- Presença de personagens
- Brindes e promoções
- Detalhes sobre o processo de fabricação



REFERÊNCIAS

- [1] Bloch KV, Cardoso, MA, Sichieri R. Estudo dos Riscos Cardiovasculares em Adolescentes (ERICA): resultados e potencialidade. Revista de Saúde Pública, 50(supl.1):3-5, 2016ERICA: Estudo de Riscos Cardiovasculares em Adolescentes. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/rsp/v50s1/pt_0034-8910-rsp-501518-87872016050005UPL1AP.pdf>.
- [2] Instituto Brasileiro de Defesa do Consumidor (Idec), Fundo das Nações Unidas para a Infância (UNICEF). Influência dos rótulos de alimentos ultraprocessados na percepção, preferências e escolhas alimentares de crianças brasileiras. 2019. Disponível em: <https://idec.org.br/sites/default/files/arquivos/pesquisa_idec_unicef_7.pdf>.
- [3] Jaime PJ et al. Healthcare and unhealthy eating among children aged under two years: data from the National Health Survey, Brazil. Revista Brasileira de Saúde Materno Infantil, 16(2):149-157, 2013. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1519-38292016000200149>.
- [4] Sato PM et al. Consumers' opinions on warning labels on food packages: A qualitative study in Brazil. PLOS ONE 14(6):e0218813, 2019. Disponível em: <<https://journals.plos.org/plosone/article?id=10.1371/journal.pone.0218813>>.

O QUE PENSAM OS PAIS

Dentre os pais e responsáveis que participaram da pesquisa, 60% alegaram que as crianças não consomem, ou consomem raramente, produtos com adoçantes. Porém, provavelmente, eles desconhecem a composição dos produtos alimentícios.

- 71% deles disseram que enviam na lancheira biscoitos e bolachas;
- 58% bolos e bolinhos;
- 42% salgadinhos;
- 90% sucos industrializados;
- 57% bebidas lácteas e achocolatados.

A maioria dos produtos listados normalmente contém adoçante

Leitura dos rótulos

Os resultados da pesquisa apontam que:

- 45% dos pais e responsáveis declararam não ter o hábito de verificar os rótulos dos produtos que consomem, sendo que 10% deles nunca verificam;
- 82% concordaram com a afirmação de que os elementos visuais presentes nas embalagens de alimentos, por exemplo, cores, alegações e imagens, influenciam a escolha alimentar das crianças.

Pesquisas⁴ apontam que isso acontece porque as pessoas sentem que têm “familiaridade com o produto” e pela “dificuldade de leitura dos rótulos (letras muito pequenas e escondidas; informação confusa e geralmente apresentada em linguagem técnica)

O que pode ser feito

- Regulamentação a publicidade abusiva direcionada ao público infantil.
- Implementação de informação nutricional clara nos rótulos dos alimentos embalados.

Realização

idec
Instituto Brasileiro de
Defesa do Consumidor

Em parceria com

unicef
para cada criança

**ALIMENTANDO
POLÍTICAS**