

**CENTRO ESTADUAL DE EDUCAÇÃO TECNOLÓGICA PAULA
SOUZA
ESCOLA TÉCNICA ESTADUAL DE CIDADE TIRADENTES
ENSINO MÉDIO COM HABILITAÇÃO TÉCNICA EM NUTRIÇÃO E
DIETÉTICA**

Amanda Larissa Lima Vieira

Ana Beatriz Silva Matos dos Santos

Ana Luiza Alves de Oliveira

Cibele Oliveira Gomes

Geovana Silva de Oliveira

Hellen Vitoria Rodrigues da Luz

Kamilly Souza Buccini

**INFLUÊNCIA DA MÍDIA NA ALIMENTAÇÃO E NUTRIÇÃO DE
JOVENS**

São Paulo

2022

Amanda Larissa Lima Vieira

Ana Beatriz Silva Matos dos Santos

Ana Luiza Alves de Oliveira

Cibele Oliveira Gomes

Geovana Silva de Oliveira

Hellen Vitoria Rodrigues da Luz

Kamilly Souza Buccini

INFLUÊNCIA DA MÍDIA NA ALIMENTAÇÃO E NUTRIÇÃO DE JOVENS

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso Técnico em Nutrição e Dietética da ETEC de Cidade Tiradentes, orientado pelo (a) Prof. Natália Santino dos Santos, como requisito parcial para obtenção do título de técnico em nutrição e dietética.

São Paulo

2022

DEDICATÓRIA

Dedicamos esse trabalho para nossas famílias que sempre nos apoiaram e incentivaram a buscar por conhecimento e ser alguém melhor. Aos amigos, que sempre nos ajudaram a continuar em frente e conquistar aquilo que desejamos.

Também dedicamos este trabalho aos artistas que nos inspiram e os agradecemos por moldarem nosso senso crítico. Por fim, dedicamos este trabalho a nós por não desistirmos e conseguirmos chegar até o final deste ciclo.

AGRADECIMENTOS

Agradecemos a todos os professores da base técnica e comum por nos auxiliarem nesses últimos três anos, em especial a professora Patrícia e Natália, duas ótimas docentes e conselheiras que nos ajudaram na construção deste trabalho. E agradecemos aos integrantes do grupo por se empenharem no planejamento e finalização do trabalho.

EPÍGRAFE

“Lute com determinação, abrace a vida com paixão, perca com classe e vença com ousadia, porque o mundo pertence a quem se atreve e a vida é muito para ser insignificante”.

Augusto Branco

ABSTRACT

Adolescence is a transition phase between childhood and adulthood, characterized by physical, mental, emotional, sexual and social development, these factors end up influencing adolescents in their eating behaviour, which can lead them to go on diets and consume juices and medicines. Companies use the media to publicize and encourage the population to consume their products. Most of these foods advertised by these companies are high in sugars, carbohydrates and fats. In addition to these foods, the realization of fad diets is something that grows in the midst of social networks. Along with the media, psychological problems related to the ideal body is a fact that influences most young people. This work aims to alert and sensitize young people, parents and the community to the dangers to which young people are often exposed. To obtain data, a questionnaire was carried out that reports the reason and why of the factors that occurred. Where it was seen that 77.8% of people have been influenced in some way by the media, and that many people are not satisfied with their bodies because they often buy themselves with “perfect” bodies of influencers.

Keywords: Teenagers, Media, Influence, Food, Diet, Nutrition, Health, Perfect body.

RESUMO

Adolescência é uma fase de transição entre a infância, a fase adulta, caracterizado pelo desenvolvimento físico mental, emocional, sexual e social sendo esses fatores que acabam influenciando os adolescentes no seu comportamento alimentar podendo levá-los a fazerem dietas e consumirem sucos e medicamentos. As empresas utilizam a mídia para divulgar e estimular a população a fazer o consumo dos seus produtos. A maioria desses alimentos divulgados por essas empresas são ricos em açúcares, carboidratos e gorduras. Além desses alimentos, a realização de dietas da moda é algo que cresce no meio das redes sociais. Junto com a mídia, problemas psicológicos relacionados ao corpo ideal é um fato que influenciam a maioria dos jovens Este trabalho tem o objetivo de alertar e conscientizar, jovens, pais e a comunidade dos perigos que os jovens são expostos frequentemente. Para obter dados, foi realizado um questionário que relata a razão e o porquê dos fatores ocorrentes. onde foi visto que 77,8% das pessoas já foram influenciadas de alguma forma pela mídia, e que muitas pessoas não estão satisfeitas com o seu corpo por muitas das vezes se comprar com os corpos “perfeitos” de influencers

Palavras chaves: Adolescentes, Mídia, Influência, Alimentação, Dieta, Nutrição, Saúde, Corpo perfeito.

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO.....	9
2. OBJETIVOS.....	11
2.1 OBJETIVO GERAL	11
2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	11
3. HIPOTHESES	12
4. JUSTIFICATIVA.....	12
5. METODOLOGIA	13
6. RESULTADOS	14
7. DISCUSSÃO.....	22
8. CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	26
9. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	28
10. ANEXOS	31
ANEXO A – INSTAGRAM CRIADO COM O MEIO DE CONCIETIZAR A POPULAÇÃO SOBRE A INFLUÊNCIA MUDIÁTICA.....	31
ANEXO B – FORMULÁRIO CRIADO PARA A CRIAÇÃO DOS GRÁFICOS COM OS DADOS COLETADOS.	31

1. INTRODUÇÃO

A Organização Mundial de Saúde (2019) define a adolescência como sendo o período da vida que começa aos 10 anos e termina aos 19 anos completos. Para a OMS, a adolescência é dividida em três fases: Pré-adolescência (dos 10 aos 14 anos), Adolescência (dos 15 aos 19 anos completos), Juventude (dos 20 aos 24 anos). Importa ressaltar que a adolescência não é o mesmo de puberdade, que se inicia em uma idade específica devido às mudanças hormonais. A duração da adolescência varia de pessoa para pessoa.

Segundo Eisenstein (2005 apud TANNER, 1962), adolescência é o período de transição entre a infância e a vida adulta, caracterizado pelos impulsos do desenvolvimento físico, mental, emocional, sexual, social e pelos esforços do indivíduo em alcançar os objetivos relacionados às expectativas culturais da sociedade em que vive. A adolescência se inicia com as mudanças corporais da puberdade e termina quando o indivíduo consolida seu crescimento e sua personalidade, obtendo progressivamente sua independência econômica, além da integração em seu grupo social.

Conforme Micheletti e Mello (2020) é nessa fase que vários fatores acabam influenciando os adolescentes no seu comportamento alimentar, assim eles podem construir os seus hábitos alimentares com o que os pais mostram dentro de casa ou sendo influenciados por amigos e principalmente a mídia. Além disso, eles podem se engajar em comportamentos de risco que prejudicam ou prejudicarão sua saúde futuramente, como por exemplo as Doenças Crônicas Não Transmissíveis (DCNTs) que aparecem ao longo da vida.

A mídia é um conjunto de meios de comunicação, com a finalidade de transmitir informações e uma diversidade de conteúdos, essa tecnologia pode gerar impactos positivos e negativos, mudando o comportamento das pessoas através de padrões impostos, sobretudo nas mídias sociais. As empresas utilizam a mídia para divulgar e estimular a população a fazer o consumo dos seus produtos. Inúmeros alimentos divulgados por essas empresas são ricos em açúcares, carboidratos e gorduras, os alimentos mais divulgados são da rede de fast-foods. Além desses alimentos, a

realização de dietas da moda é algo que cresce no meio das redes sociais. (SILVA; CASAGRANDE, 2021; MOURA, 2010)

De acordo com BITTAR e SOARES (2020), a televisão é o meio de comunicação em massa mais propagados e as novas tecnologias de comunicação estão propagadas por meio da internet e da televisão, assim como lojas, agências bancárias e outros comércios e serviços. Dessa forma, é visível a influência da mídia na população.

A mídia influencia os jovens na sua imagem corporal, fazendo com o que aconteça a comparação na aparência, no corpo, nos hábitos e no que as pessoas do outro lado da tela estão se alimentando. Eles buscam dietas da moda e informações sobre estética e beleza. Conforme a busca dos tópicos é aprofundada, os jovens por fim, sentem certa insegurança com o próprio corpo e essa influência gera inúmeros riscos à saúde, pois em seu desespero para parecerem belos, acabam querendo chegar a um padrão estético inexistente imposto pela sociedade. (MICHELETTI; MELLO, 2020)

Dentro deste contexto, a nutrição na fase da adolescência é um fator de extrema importância para o desenvolvimento e a manutenção do organismo. As Doenças Crônicas Não Transmissíveis (DCNTs) são prevenidas com a ajuda da alimentação saudável, fazendo assim, uma Educação Nutricional desde a fase infantil, para atribuir melhores condições ao desenvolvimento e a alimentação dos adolescentes durante esse período. (ALVES; MELO; MELO, 2009)

2. OBJETIVOS

2.1 OBJETIVO GERAL

Coletar e avaliar informações e dados referentes a influência da mídia na alimentação de jovens brasileiros com idades entre 13 e 19 anos.

2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Investigar quais são as idades mais afetadas pela influência da mídia na alimentação dos adolescentes;
- Apresentar e destacar as desvantagens desta influência da mídia na alimentação de jovens;
- Divulgar formas de diminuir a influência midiática na alimentação da juventude brasileira;
- Elaborar um meio comunicativo através das redes sociais com informações sobre a influência da mídia na alimentação de jovens brasileiros.

3. HIPÓTESES

- Como a influência midiática atua no comportamento dos jovens?
- Qual o gênero de jovens sofre maior impacto da mídia na alimentação?
- Como a influência da mídia na alimentação afeta os adolescentes?
- Quais são os métodos que a mídia utiliza para influenciar a alimentação dos jovens?

4. JUSTIFICATIVA

O tema “Influência da Mídia na Alimentação e Nutrição de Jovens” é de grande importância social, pois os pré-adolescentes e adolescentes estão cada vez mais propensos a riscos físicos e mentais em relação a sua aparência e como são ou serão vistos pela sociedade atual.

A intenção deste trabalho é conscientizar e alertar pais, responsáveis e a comunidade dos perigos nos quais jovens são expostos diariamente. Também visa ajudar os responsáveis legais do adolescente a perceber comportamentos diferentes e sinais de que há algo errado.

5. METODOLOGIA

O presente trabalho foi realizado por meio de pesquisa explicativa, que relata a razão e o porquê dos fatores ocorrentes, visando à compreensão e causas da influência da mídia na alimentação dos jovens. Portanto, estudos de abordagem quantitativa (baseada por números e estatísticas precisas) e qualitativa (pesquisa que busca melhor compreensão de aspectos imateriais mencionados), foram efetuados para melhor levantamento de dados e ciência dos fatos.

Os estudos foram realizados por meio de análise de documentos, de modo que os artigos científicos foram de extrema importância para a elaboração do trabalho.

Pesquisas de campo também foram realizadas através das plataformas digitais de WhatsApp e Instagram, além da elaboração de um questionário pelo Google Forms com o objetivo de levantar dados sobre a influência da mídia na alimentação de jovens e a comparação de seus corpos atualmente. O questionário teve o prazo de 20 dias, com início em 10 de agosto de 2022 e o término em 30 de agosto de 2022, sendo divulgado através da mídia social do WhatsApp e Instagram. Conteve 9 questões alternativas obrigatórias e 1 questão opcional dissertativa, adquirindo assim, 99 respostas.

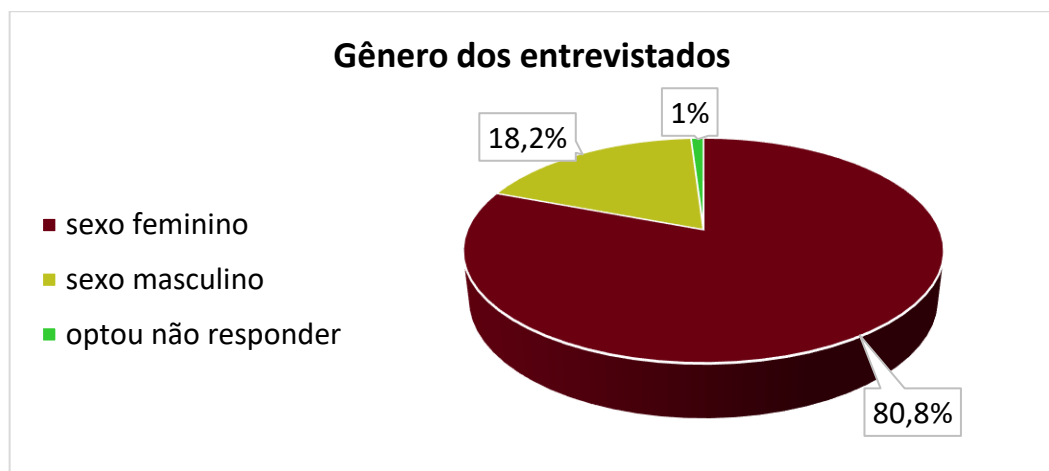
Os dados coletados foram transformados em gráficos e tabelas para melhor visualização.

6. RESULTADOS

Com base no questionário realizado pelo Google Forms e disponibilizado por um período de 20 dias por meio de plataformas digitais (WhatsApp e Instagram), foi alcançado um total de 99 repostas. A pesquisa contou com 11 perguntas, sendo uma delas não obrigatória e dissertativa.

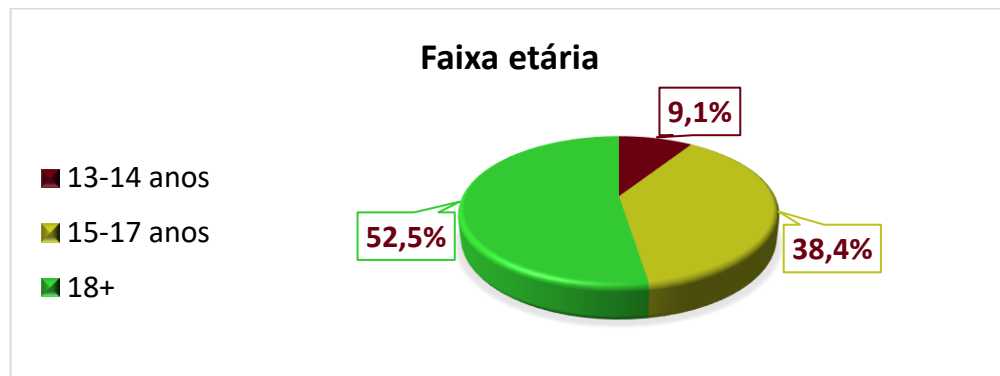
Neste estudo, é possível observar a influência da mídia e como ela vêm afetando, negativamente ou positivamente, a alimentação e estética dos 99 jovens entrevistados. Os resultados poderão ser observados nos gráficos abaixo:

Gráfico 1 - Gênero dos entrevistados



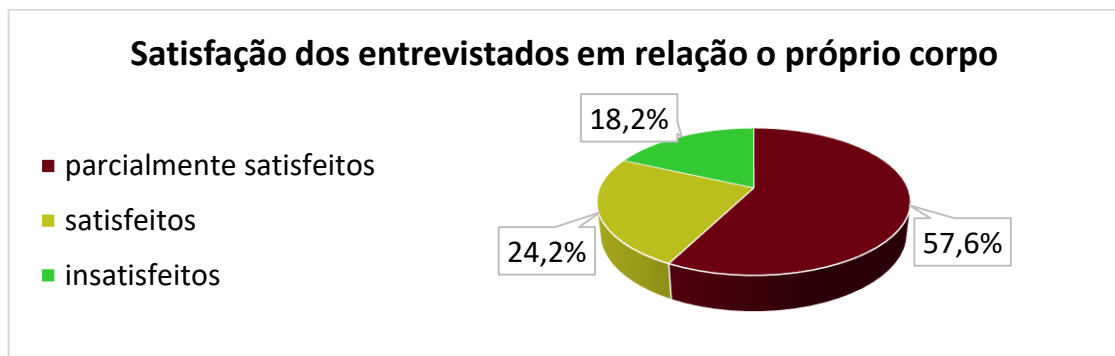
Fonte: Dos próprios autores, 2022.

A primeira questão teve o objetivo de identificar o gênero das pessoas entrevistadas para melhor obtenção e comparação das demais perguntas. Entre as 99 respostas, 80 pessoas são do sexo feminino (80,8%), 18 pessoas do sexo masculino (18,2%) e uma pessoa optou por não responder (1%).

Gráfico 2 - Faixa etária

Fonte: Dos próprios autores, 2022.

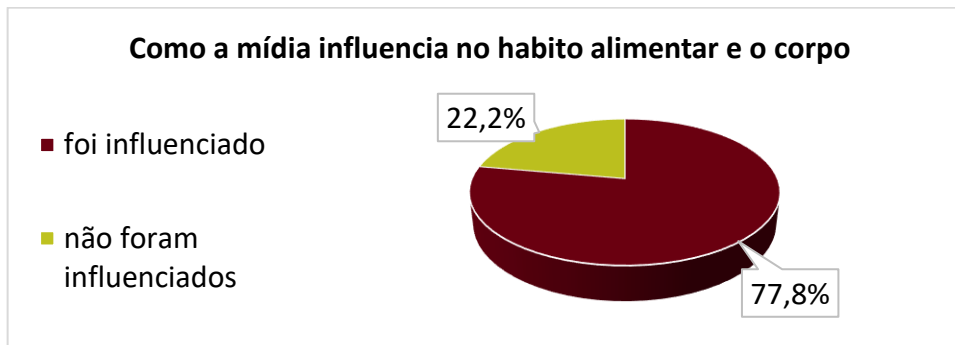
Para comparações dos efeitos em diferentes idades, a questão 2 foi elaborada. Dentre as respostas adquiridas, 9 pessoas estão entre 13 -14 anos (9,1%), 38 pessoas estão entre 15 e 17 anos (38,4%) e 52 pessoas possuem 18 anos ou mais (52,5%).

Gráfico 3 – Porcentagem de satisfação dos entrevistados em relação ao próprio corpo.

Fonte: Dos próprios autores, 2022.

A terceira questão teve como objetivo avaliar o grau de satisfação dos entrevistados em relação com o próprio corpo. Entre as respostas obtidas, 57 pessoas responderam que estão parcialmente satisfeitas com o corpo (57,6%), 24 pessoas responderam que sim (24,2%) e 18 pessoas responderam que não estão satisfeitas (18,2%).

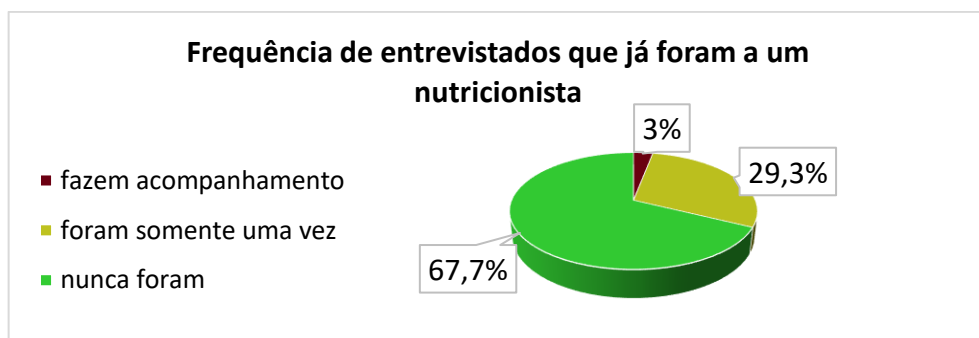
Gráfico 4 - A influência da mídia em relação a mudança de hábito alimentar ou ao corpo do entrevistado.



Fonte: Dos próprios autores, 2022.

Essa questão, tem como objetivo informar a porcentagem de pessoas que já foram influenciadas a realizar alguma mudança de hábito alimentar ou forma física em relação a mídia. Cerca de 77,8% das pessoas, afirmaram que já foram influenciadas pela mídia (77 respostas) e 22,2% das pessoas negaram já terem sido influenciadas alguma vez (22 respostas).

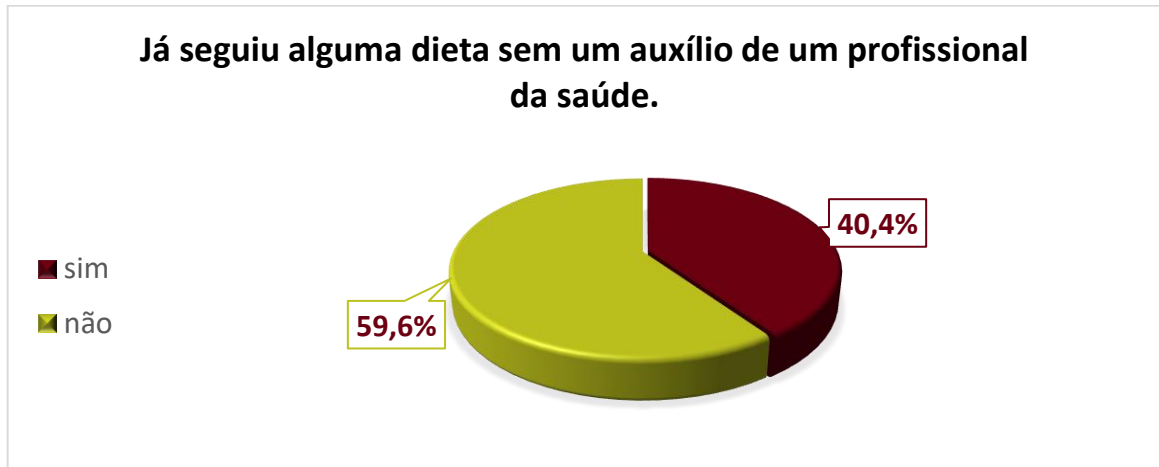
Gráfico 5 – A frequência de entrevistados que já foram a um profissional nutricionista.



Fonte: Dos próprios autores, 2022.

A quinta questão mostra a quantidade de indivíduos que já foram a um profissional nutricionista. Apenas 3 pessoas fazem acompanhamento com o nutricionista (3%), 29 pessoas responderam que foram apenas uma vez a um nutricionista (29,3%) e cerca de 67 pessoas responderam que nunca foram a um nutricionista (67,7%).

Gráfico 6 - Quantidade de respostas em relação a seguir alguma dieta sem um auxílio de um profissional da saúde.



Fonte: Dos próprios autores, 2022.

Como objetivo principal, esta questão é uma análise de quantas pessoas fazem, ou não, dietas sem um auxílio de um profissional da saúde, como um nutricionista. 40 pessoas afirmaram (40,4%) e 59 pessoas negaram (59,6%).

Gráfico 7 – Em relação com a pergunta anterior se a resposta for sim, percebeu algum resultado? Quais? (pergunta dissertativa)

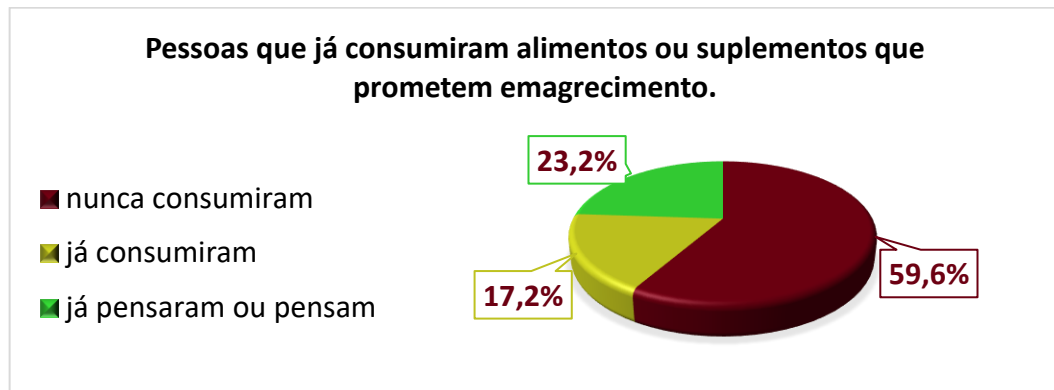
A 7ª pergunta do questionário teve a abertura aos indivíduos que já seguiram determinada dieta sem o auxílio de um profissional compartilharem suas experiências, sendo uma questão dissertativa, de forma opcional.

Resultados positivos	Resultados negativos
"Sim, emagrecimento e me senti bem mais disposta e saudável."	"Emagreci, mas estava comendo em uma quantidade muito menor e isso me deixava mais cansada e sonolenta."
"Sim. Tinha o objetivo para deixar minha forma física de forma que me agradasse. Com a Dieta e exercícios físicos obtive um excelente resultado."	"Fiquei bem mais desinchada, mas no final da dieta quando comi algo mais pesado voltou tudo o que era antes."
"Eliminei 14 quilos com a dieta low carb."	"Sim, perde-se muito peso na balança, mas, geralmente não dura muito tempo."
"Perda de peso e um bem-estar."	"Perdi bastante peso, porém me sentia fraca na questão de saúde."

Fonte: Dos próprios autores, 2022.

Com base nas informações, é visto que os resultados sofrem alterações de indivíduo a indivíduo. Visto que muitos mencionaram satisfação pós dieta alimentar e outros, o cansaço e o efeito reverso após a dieta.

Gráfico 8 - Porcentagem de pessoas que já consumiram alimentos e/ou suplementos que prometem emagrecimento.

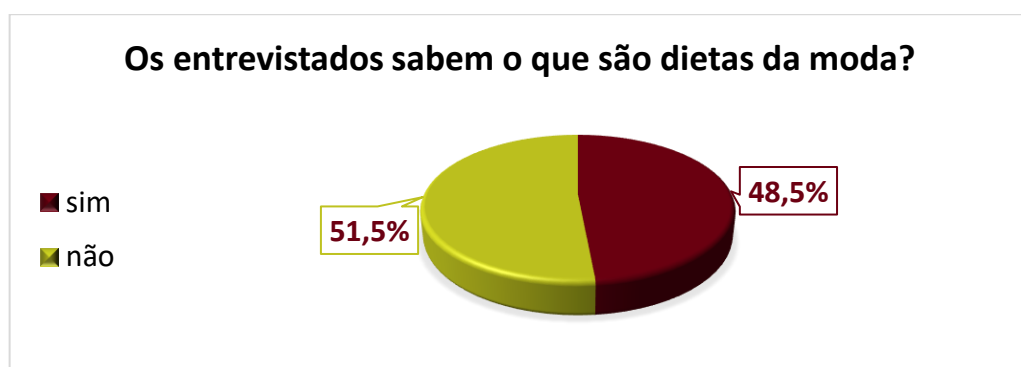


Fonte: Dos próprios autores, 2022.

Para comparações entre os entrevistados que já consumiram alimentos ou suplementos que prometem emagrecimento, a oitava questão foi disposta.

Cerca de 59 pessoas responderam que nunca consumiram (59,6%), 17 pessoas responderam que já consumiram (17,2%) e 23 pessoas responderam que já pensaram ou pensam em consumir alimentos e suplementos com o intuito de emagrecer (23,2%).

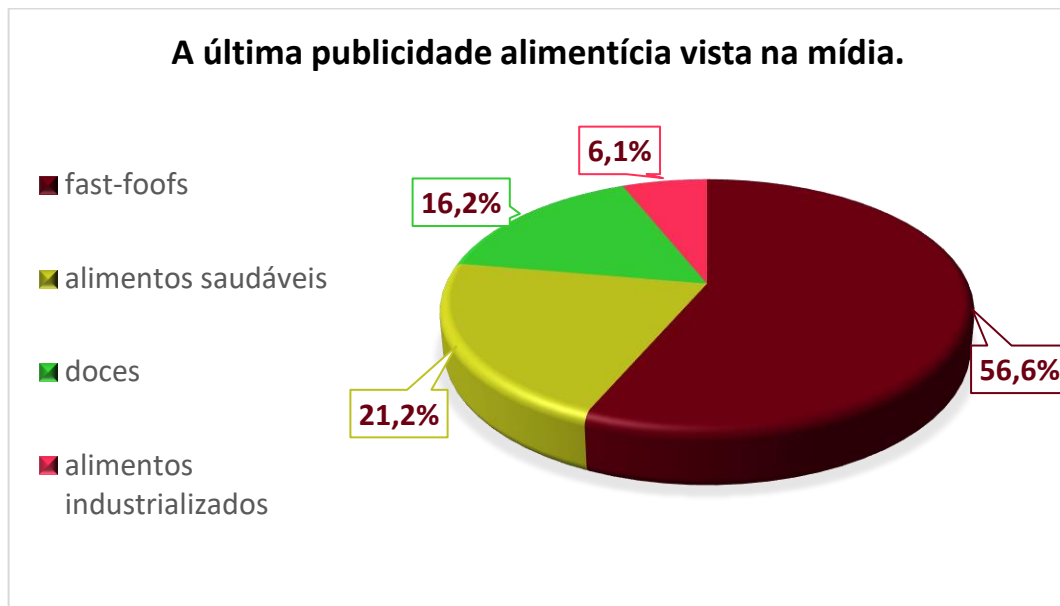
Gráfico 9 - As dietas da moda em relação aos entrevistados.



Fonte: Dos próprios autores, 2022.

A nona questão tem como objetivo informar a quantidade de indivíduos que sabem ou não o que são dietas da moda. Foram 48 respostas para sim (48,5%) e 51 respostas para não (51,5%).

Gráfico 10 - A última publicidade alimentícia vista na mídia pelos entrevistados.



Fonte: Dos próprios autores, 2022.

A penúltima questão apresenta as informações sobre as últimas publicidades e propagandas vistas na mídia pelas pessoas entrevistadas. 56,6% de pessoas visualizaram propagandas sobre alimentos fast-foods na mídia (56 respostas), 21,2% de pessoas observaram alimentos saudáveis como propagandas (21 respostas), 16,2% de pessoas afirmaram que os doces foram as últimas publicidades vistas (16 respostas) e somente 6,1% de pessoas falaram que alimentos industrializados foram as últimas publicidades (6 respostas).

Gráfico 11 - A alimentação dos entrevistados.



Fonte: Dos próprios autores, 2022.

A presente questão apresenta dados dos entrevistados sobre como está a alimentação de cada um deles, avaliando em grau de ótima, boa, regular, ruim e muito ruim.

Cerca de 19 pessoas afirmaram que a alimentação está boa (19,2%), 57 pessoas disseram que a sua alimentação está regular (57,6%), 21 pessoas afirmaram que a alimentação delas está ruim (21,2%), 2 pessoas disseram que a alimentação está muito ruim (2%) e não foi obtido nenhuma resposta sobre o grau "ótimo".

7. DISCUSSÃO

Mediante ao primeiro gráfico obtido, segundo DAMASCENO (2006) na adolescência as mulheres apresentam um nível de insatisfação corporal maior do que os homens, concordando com os resultados coletados. No artigo é falado que alguns autores afirmam que, durante a puberdade, há uma tendência de as adolescentes aumentarem sua gordura corporal, enquanto os meninos têm um aumento da massa muscular e da estatura.

De acordo com DAMASCENO (2006) a imagem corporal é um importante aspecto psicológico e interpessoal durante a adolescência. Nos dados coletados pode ser visto uma grande porcentagem de adolescente e pessoas no começo da vida adulta e essa insatisfação com o corpo pode estar relacionada abaixo autoestima, depressão, ansiedade e tendências obsessivas compulsivas em relação a alimentação, onde, segundo LOPES (2016), os problemas psicológicos atinge mais os adolescentes entre 12 e 17 anos, sendo as meninas as mais afetadas.

Diante desse cenário, a mídia influencia os jovens não apenas em seus hábitos alimentares, mas também na forma de como enxergam o seu próprio corpo e de acordo com o gráfico 3, mais da metade dos entrevistados estão parcialmente satisfeitos com sua imagem corporal.

BITTAR E SOARES (2020 apud ZAPPE & DELL'AGLIO, 2016, BENOWITZ-FREDERICKS, 2012 e Coimbra, 2001) apresentam que na fase da adolescência, os indivíduos podem aderir comportamentos prejudiciais a sua saúde mental e física em busca do "corpo perfeito", pois demonstram uma enorme insatisfação corporal, já que a mídia demonstra uma interpretação do mundo, onde impõe a magreza como um sinônimo de padrão de beleza, fazendo com que a juventude crie transtornos alimentares, como anorexia e bulimia.

Com isso, no gráfico 4, grande parte dos entrevistados afirmaram que já foram influenciados de alguma forma pela mídia social.

Segundo BITTAR E SOARES (2020 apud ZAPPE & DELL'AGLIO, 2016, CASTRO, 2010, GAMBARDELLA, 1999) a fase da adolescência sofre com as mudanças físicas, psicológicas e sociais e a mídia gera, negativamente, um impacto em relação ao seu corpo, pois nessa fase eles constroem a identidade corporal,

observando as referências impostas pela publicidade, e aos seu comportamento alimentar, ocasionando os transtornos alimentares, além da seletividade e o alto consumo de alimentos industrializados, gordurosos ou a baixa ingestão de alimentos no geral.

Conforme observados nos estudos de MOURA (2010) o adolescente porta atributos de frequente busca de novas Sensações, se tornando alvo das propagandas que transmitem incessantemente estímulos, que se relacionam diretamente com a nutrição. Visto que poucos adolescentes realmente frequentam ou frequentaram um profissional da nutrição, é essencial mudar esse quadro pois a educação nutricional é um instrumento fundamental para contestar a influência negativa do marketing a respeito aos adolescentes.

Perante o estudo de BATISTA (2017), apesar de alguns indivíduos compreenderem os aspectos deletérios de uma dieta restritiva para a saúde, eles continuam exercendo essa prática e ainda incentivam outras pessoas, aumentando ainda mais a adesão a essas práticas. Para a resolução destes problemas e conscientização da população acerca dos prejuízos em se adotar dietas sem acompanhamento, é de grande importância a avaliação do estado nutricional para a tomada de decisões em relação a dietas restritas, atuando na prevenção e tratamento contra desnutrição, de modo a evitar o risco de doenças, através do balanceamento e da ingestão de nutrientes.

Dietas pobres em nutrientes sem fonte de vitaminas E, A, B6, cálcio e fibras, que podem levar a uma deficiência de nutrientes. Praticantes de dietas com baixo carboidrato relatam frequentemente alterações como dores de cabeça, dores no corpo e fraqueza em geral, devido à ausência e da baixa ingestão de pães farinhas e cereais, frutas e legumes. NAZOTTO et al. (2020 apud COSTA; CARNEIRO, 2020).

De acordo com MICHELLETI e MELLO (2020), a propaganda de alimentos vem tomando cada vez mais espaço na mídia e causando impacto negativo na influência das escolhas alimentares de crianças e adolescentes. A mídia tem exercido papel fundamental na formação de novos hábitos alimentares.

Dado as respostas apresentadas, é possível notar a influência e os riscos que as dietas realizadas sem o auxílio do profissional adequado propõem, visto que muitos organismos receberam resultados dissemelhantes.

Conforme BARCELLOS, FREITAS e CARVALHO (2016), através da alta influência das mídias sociais, percebemos fortemente o fenômeno midiático sob a construção de tendências na era do consumo em que estamos e na remodelação dos corpos que transitam nas urbes.

Segundo BITTAR e SOARES (2020 apud ZAPPE & DELL'AGLIO, 2016, CASTRO, 2010, GAMBARDELLA, 1999) a mídia, tendo se transformado em poderoso artefato nos últimos anos, contribui para criar comportamentos alimentares disfuncionais.

Em conformidade com TAKINAMI (2013), a Sociedade Brasileira da Medicina do exercício e do Esporte (SBME). cita preocupação com o aumento do consumo de suplementos alimentares e drogas, sobretudo no seu uso de forma indistinta. Os autores relatam que desde a liberação da Anvisa, os são comercializados sem restrição, sem necessidade de receita e são encontrados em lugares de fácil acesso aos jovens como academias, lojas especializadas, Supermercados, dentre outros.

Visto que a maior parte das pessoas na pesquisa responderam que não obtém conhecimento sobre dietas da moda é possível se afirmar que as dietas da moda possuem diversos ciclos efêmeros com muitos picos de interesse e desinteresse por elas. (PASSOS, SILVA, SANTOS, 2020).

Foi constatado em uma pesquisa que é possível ver nas pessoas as constantes comparações sobre as aparências nas redes sociais, causando diversos problemas como a baixa autoestima dos indivíduos envolvidos, sintomas depressivos e até mesmo transtornos alimentares. (VIEIRA, et al., 2022).

Visto que com esses dados é possível afirmar a seguintes hipóteses: muitas pessoas deixam de consumir esse tipo de conteúdo para evitar gerar conflitos internos como a baixa autoestima ou sintomas depressivos.

No gráfico 10 é possível analisar que a maioria das pessoas que responderam à pesquisa já visualizaram propagandas sobre fast-food na mídia, pesquisas apontam que muitos consumidores atribuem o uso do Facebook e a relevância de influenciadores como grandes mediadores das propagandas após verem uma propaganda nesta rede social. (BARBOSA, SILVA 2017).

É apontado em diversos estudos que grande parte da nossa população tem conhecimentos em relação a nutrição ou alimentação saudável, as redes sociais podem aumentar a influência em relação a alimentos inapropriados ou não recomendados por profissionais da área de nutrição. (SILVA, 2021).

Segundo ALMEIDA, NASCIMENTO e QUAIOTI (2002), no Brasil, adolescentes passam cerca de cinco horas por dia diante da TV e outras mídias sociais e sabe-se que uma exposição de apenas 30 segundos a comerciais de alimentos é capaz de influenciar a escolha de crianças e adolescentes a determinado produto.

No gráfico 11, é possível observar que a alimentação dos jovens pende entre ruim e regular. Isto se deve ao fato de adolescentes passarem quantidades exorbitantes de tempo em seus celulares ou assistindo a TV, aumentando o risco de se transformarem em consumidores mal-informados sobre os alimentos. (HARRISON, 2005).

8. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Em virtude dos fatos mencionados sobre a Influência da Mídia na Alimentação e Nutrição de Jovens, é visto que a mídia contribui amplamente no cotidiano da população, principalmente na fase da adolescência (13 – 19 anos). É nessa fase que ocorre mudanças físicas, psicológicas e sociais na vida do indivíduo, de modo que os meios de comunicação auxiliam gradativamente em seu desenvolvimento.

A ideia inicial de coletar e avaliar informações referentes ao tema citado acima foi alcançado com êxito, uma vez que foi divulgado por rede social formas de diminuir a influência midiática na vida da sociedade. Com as pesquisas realizadas, é possível observar que a influência da mídia ocorre por redes sociais, tendo como foco, o gênero feminino.

Em síntese, as hipóteses levantadas no começo do trabalho foram respondidas com grande sucesso durante todo o tempo de pesquisa, pois foi possível observar o comportamento de adolescentes em relação a mídia, qual tipo de influência midiática é exercida sob a comunidade, qual gênero é mais afetado pelos meios de comunicação e quais são seus métodos para atrair os jovens. Este estudo é de grande importância social, visto que tem a intenção de conscientizar pais, responsáveis e a juventude dos riscos que são expostos diariamente.

Dessa maneira, a metodologia foi realizada por meio de pesquisas explicativas. Os estudos foram baseados em arquivos elaborados por diversos pesquisadores, tendo uma extrema importância para a elaboração do trabalho. A pesquisa de campo foi realizada através de um formulário pelo Google Forms com diversos questionários tendo o foco em levantar dados sobre a influência da mídia na atual alimentação dos jovens e a comparação de seus corpos. Conseguimos através da pesquisa de campo 99 respostas de diferentes de pessoas com diversas idades, também pudemos atingir alguns de nossos objetivos através desse questionário. Além disso, por meio da plataforma digital do Instagram, foi realizado a criação de uma página para que seja efetuado a conscientização da população sobre os empecilhos que a influência da mídia pode causar.

Os Resultados obtidos na pesquisa de campo proporcionaram maior alcance de dados. É perceptível de que pessoas do gênero feminino possuem maior nível de

influências, busca de mudanças alimentares e, consecutivamente, o emagrecimento. Ao analisarmos as discussões, é possível destacar a alta prevalência de pessoas que se sentem influenciadas através da mídia e com isso, ressaltamos a enorme proporção das intervenções midiáticas na vida a população.

Portanto, com os fatores mencionados, é possível concluir que a mídia influencia de maneira significativa o cotidiano das pessoas e principalmente na vida dos adolescentes. Para que isso se modifique é preciso conscientizá-los de diversas maneiras, explicando os riscos que a influência midiática pode causar em suas vidas e incentivar à busca de um profissional da saúde quando se sentir insatisfeito com sua alimentação ou com a forma do seu corpo, assim o indivíduo irá se sentir bem de maneira saudável e sem preocupações futuras.

9. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALMEIDA, Sebastião de Souza. NASCIMENTO, Paula Carolina BD. QUAIOTI, Teresa Cristina Bolzan. **Quantidade e qualidade de produtos alimentícios anunciados na TV brasileira**. Revista Saúde Pública, São Paulo, v. 36 n. 3. p. 353-355., fev. 2002. Disponível em: <<https://www.scielo.br/j/rsp/a/P4vrhCdFmvDbvD5CGSVY75w/?lang=pt>> Acesso em: 08. nov. 2022.

ALVES, Luciene; MELO, Dayane Helena Cardoso; MELO, Juliano Ferreira de. **Análise do conhecimento nutricional de adolescentes, pré e pós atividade educativa**. Em Extensão, Uberlândia, v. 8, n. 2, p. 68-79, ago/dez. 2009. Disponível em: <<https://seer.ufu.br/index.php/revextensao/article/download/20532/10956/77353>> Acesso em: 06. ago. 2022.

BARBOSA, Danielli; SILVA, Luana Cristina da. **A influência da mídia social no comportamento dos consumidores de franquias de fast-food de lanches**. 2017. 75 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharelado em Administração). Universidade Estadual de Campinas, Limeira, 2017. Acesso em: 05. nov. 2022.

BARCELLOS, Daniela Menezes Neiva; CARVALHO Maria Cláudia da Veiga Soares; FREITAS Ricardo Ferreira Freitas. **Alimentação saudável e qualidade de vida: fenômeno midiático na cidade**. RECIIS - Rev Eletron Comun Inf Inov Saúde, Rio de Janeiro, v. 10, n. 4, out/dez. 2016. Disponível em: <<https://www.reciis.iciict.fiocruz.br/index.php/reciis/article/view/1209/pdf1209>> Acesso em: 24. out. 2022.

BATISTA, Joice Ribeiro. **A importância da atuação do nutricionista em relação às dietas da moda**. 2017. 12 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Nutrição) - Centro Universitário Amparense, São Paulo, 2017. Acesso em: 25. out. 2022.

BITTAR, Carine; SOARES, Amanda. **Mídia e comportamento alimentar na adolescência**. Cadernos brasileiros de terapia ocupacional, São Paulo, v. 28, n. 1, p. 291-308, set. 2019. Disponível em:

<<https://www.scielo.br/j/pe/a/7yndsdpjx4jxxyjymhchwkm/?lang=pt>> Acesso em: 27. jul. 2022.

CARNEIRO, Iléia Lima; COSTA Suzane Mota Marques. **As consequências das dietas sem orientação nutricional na saúde de atendentes em uma empresa de telemarketing na cidade de Sete Lagoas - MG.** 2021. 22 f. Dissertação (Graduação em Nutrição) - Faculdade Ciências da Vida, Minas Gerais, 2021. Acesso em: 25. out. 2022.

DAMASCENO, Vinícius Oliveira et al. **Imagem corporal e corpo ideal.** Editora Universa, Rio de Janeiro. v. 14. n. 2. p. 81-94. 2006. <<https://portalrevistas.ucb.br/index.php/RBCM/article/view/691/696>> Acesso em: 30. out. 2022.

EISENSTEIN, Evelyn. **Adolescência: definições, conceitos e critérios.** Adolescência & saúde, Rio de Janeiro, v. 2, n. 2, jun, 2005. Disponível em: <https://extensao.cecierj.edu.br/material_didatico/sau2202/pdf/aula%201%20_leitura_adolescencia_def_conc_criterios.pdf> Acesso em: 27. jul. 2022.

HARRISON, K. **"Livre de gordura" é bom para mim? Um estudo de painel sobre a visualização de televisão e o conhecimento nutricional e o raciocínio das crianças.** Comunicado de Saúde, v. 17, n. 2, p. 117-132, 2005. Acesso em: 03. nov. 2022.

LOPES, Cláudia S et al. **ERICA: prevalência de transtornos mentais comuns em adolescentes brasileiros.** Rev Saúde Pública, Rio de Janeiro. v. 50, n. 1, p. 14. set/out. 2016. <<https://www.scielo.br/j/rsp/a/vwSmjXbN4pDggk8X7CTVdwC/?format=html&lang=p>> Acesso em: 30. out. 2022.

MICHELETTI, Natalia Jaccomo; MELLO, ana Queiroz. **A influência da mídia na formação dos hábitos alimentares de crianças e adolescentes.** Ciências da saúde, Santa Maria, v. 21, n. 2, p. 73-87, mai/jul 2020. Disponível em: <<https://periodicos.ufn.edu.br/index.php/disciplinarums/article/view/3230>> Acesso em: 29. jul. 2022.

MOURA, Neila Camargo de. **Influência da mídia no comportamento alimentar de crianças e adolescentes.** Segurança alimentar e nutricional, Campinas, v. 17, n. 1,

p. 113-122, 2010. Disponível em: <<https://periodicos.sbu.unicamp.br/ojs/index.php/san/article/view/8634805/2724>> Acesso em: 28. jul. 2022.

ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DA SAÚDE: **Fase da Vida? Faixa Etária? Construção Social? Afinal, o Que é a Adolescência?** São Paulo, Vivendo a Adolescência, Disponível em: <<http://www.adolescencia.org.br/site-pt-br/adolescencia#:~:text=a%20organiza%c3%a7%c3%a3o%20mundial%20de%20sa%c3%bade,15%20aos%2019%20anos%20completos>> Acesso em: 27. jul. 2022.

PASSOS, Jasilaine Andrade; SILVA Paulo Roberto Vasconcellos-; SANTOS, Lígia Amparo da Silva. **Ciclos de atenção a dietas da moda e tendências de busca na internet pelo Google trends.** Ciência & Saúde Coletiva, Rio de Janeiro. v. 25. n. 7. p. 2615-2631. 2020. <<https://www.scielo.br/j/csc/a/nqtgQMf3CFhkdRVKscqfSK/abstract/?lang=pt>> Acesso em: 22. out. 2022.

SILVA, Jéssica Carolina Marques da; **A Influência das mídias sociais sobre o comportamento alimentar: uma revisão.** 2021. 31 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharelado em Nutrição). Universidade de Brasília, Brasília, 2021. Acesso em: 24. out. 2022.

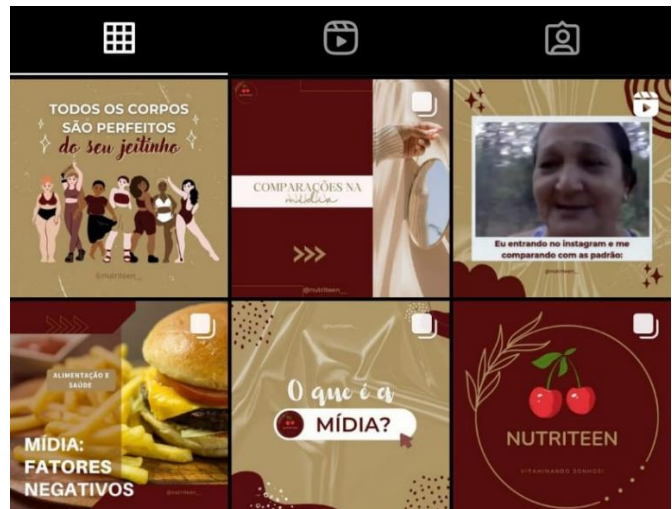
SILVA, Leonardo Finzch; CASAGRANDE, Juliana Gimenez. **A influência da mídia social no hábito alimentar dos adolescentes.** Nutrição em Pauta, São Paulo, v. 29, n. 139, p. 29-33, ago 2021. Disponível em: <https://issuu.com/nutricaoempauta/docs/revista_ago2021_imprensa/s/13189013> Acesso em: 28. jul. 2022.

TAKINAMI, Danieli Yuri et al. **Adolescentes na academia: suplementação para saúde ou estética?** EF de Esportes, Buenos Aires. v. 18. n. 181. jun. 2013. <<https://www.efdeportes.com/efd181/suplementacao-para-saude-ou-estetica.htm>> Acesso em: 01. nov. 2022.

VIEIRA, Pachevo et al. **Dietas da moda e a influência das redes sociais no impacto a saúde.** 2022. 10 f. Artigo Científico (Graduação em Nutrição) - Centro Universitário IBMR, Rio de Janeiro, 2022. Acesso em: 04. nov. 2022.

10. ANEXOS

ANEXO A – INSTAGRAM CRIADO COM O MEIO DE CONCIENTIZAR A POPULAÇÃO SOBRE A INFLUÊNCIA MIDIÁTICA.



ANEXO B – FORMULÁRIO CRIADO PARA A CRIAÇÃO DOS GRÁFICOS COM OS DADOS COLETADOS.

A Influência da Mídia na Alimentação e Nutrição dos Jovens

Este questionário tem como objetivo levantar dados para o TCC de alunas do 3º nutrição e dietética da ETEC de Cidade Tiradentes, sobre a influência da mídia na alimentação e nutrição dos jovens.

***Obrigatório**

Qual o seu gênero? *

Feminino

Masculino

Outro

Prefiro não responder

Qual a sua idade? *

13-14 anos

15-17 anos

18 anos ou mais

Você se sente satisfeito com o seu corpo? *

Sim

Mais ou menos

Não

A mídia já te influenciou a mudar algo em seu corpo e alimentação? *

Sim

Não

Você já foi a algum nutricionista? *

Sim, uma vez

Sim, faço acompanhamento

Nunca

Você já seguiu alguma dieta sem o auxílio de um profissional da saúde? *

- Sim
 Não

Se sim, percebeu algum resultado? Quais?

Sua resposta _____

Já consumiu alimentos ou suplementos que prometem emagrecimento? *

- Sim
 Não
 Já pensei/penso

Você sabe o que são dietas da moda? *

- Sim
 Não

Qual a última publicidade alimentícia você viu na mídia? *

- Alimentos saudáveis
 Fast-foods
 Alimentos industrializados
 Doces

Como você considera sua alimentação? *

- Ótima
 Boa
 Regular
 Ruim
 Muito ruim