

Sessão 28

Veículos, Estratégias e Políticas de Comunicação

225

RELAÇÃO ENTRE OBESIDADE INFANTIL, MÍDIA E SOCIEDADE DE CONSUMO. *Fabiane Atanázio Souza, Andréia Mendes dos Santos, Daniela Petró Maria, Patrícia Krieger Grossi (orient.) (PUCRS).*

Relação entre obesidade infantil, mídia e sociedade de consumo. Este estudo é quanti-qualitativo, de base epidemiológica, enfocando a relação entre obesidade infantil e sociedade de consumo. Estudos apontam que as estratégias comerciais adotadas pelo mercado de consumo, têm como alvo principal às crianças (McNeal, 2000), associando a imagem de personagens infantis à compra de produtos (Gomes, 2001). Em 1989, existiam no Brasil cerca de um milhão e meio de crianças obesas. A criança obesa, hoje, se não lhe for dada a devida atenção, será o adulto obeso amanhã. A obesidade pode agravar outras doenças, como diabetes, problemas coronários, etc. Também, observa-se o desajustamento do indivíduo obeso no convívio social e a conseqüente tendência à exclusão. Os objetivos deste estudo são analisar se o fenômeno da obesidade infantil pode estar sendo aguçado pela sociedade de consumo; verificar a prevalência da obesidade infantil na cidade de Porto Alegre; identificar o papel da mídia na incitação ao consumo de alimentos pelas crianças e analisar os mecanismos utilizados pelas crianças e familiares para enfrentarem a oferta visual de alimentos no mercado. Os métodos e técnicas consistem no uso da observação, diário de campo e aplicação de questionários em 424 famílias de crianças até 12 anos incompletos, selecionadas a partir de amostragem aleatória nas diferentes regiões do Orçamento Participativo de POA e entrevistas aprofundadas com familiares de oito crianças. As informações referem-se aos hábitos de vida diária da criança como assistir tv, videogames, praticar esportes, tipo de alimentação e padrões de obesidade na família de origem, entre outros. Resultados indicam haver relação entre o tipo de alimentação consumida pelas crianças e as ofertas midiáticas; também observa-se que os hábitos alimentares da família e a imagem corporal dos adultos interferem na qualidade da alimentação das crianças. (PIBIC).