

**HELENADJA SANTOS MOTA, MÁRCIA LÚCIA DOS SANTOS, CLIMENE
LAURA DE CAMARGO & GEILSA COSTA SANTOS BAPTISTA**

helenrios@gmail.com; prof.marcia62@gmail.com; climenecamargo@
hotmail.com; geilsabaptista@gmail.com

**UNIVERSIDADE FEDERAL DE SERGIPE | UNIVERSIDADE FEDERAL DA
BAHIA | UNIVERSIDADE ESTADUAL DE FEIRA DE SANTANA, BRASIL**

EDUCAÇÃO EM SAÚDE: INFLUÊNCIA DA MÍDIA NA CULTURA ALIMENTAR DE ADOLESCENTES ESCOLARES QUILOMBOLAS EM UMA ESCOLA DE SALVADOR, BAHIA (BRASIL)

RESUMO

O presente trabalho teve como objetivo verificar a influência da mídia nos hábitos alimentares de adolescentes em uma escola que atende estudantes quilombolas da Ilha de Maré, Bahia, Brasil. O trabalho teve uma abordagem quantitativa descritiva. Os dados foram coletados através de um questionário com 5 perguntas referentes aos hábitos alimentares dos adolescentes. Os sujeitos da pesquisa foram 50 estudantes do 1º ano do Ensino Médio com média de idade entre 15 e 16 anos. Os resultados demonstraram a necessidade da construção de uma visão crítica das propagandas que estimulam o consumo de alimentos pobres em nutrientes e principalmente de ações que respeitem a cultura alimentar tradicional da população quilombola.

PALAVRAS-CHAVE

Influência da mídia; cultura alimentar; adolescentes quilombolas;
obesidade

INTRODUÇÃO

Alimentar-se, mais do que uma necessidade fisiológica é também a expressão das interações de hábitos, ritos e costumes de uma determinada cultura. Os hábitos alimentares de um grupo têm um forte referencial identitário, ícone de uma identidade reivindicada para si. Maciel (2001, p. 151) apontou que a alimentação compreende emoção, memória e sentimentos, que podem interligar o alimento com lembranças pessoais. A comida pode circunscrever um território, lugares, ligando identidade a uma rede de significados.

Para Montanari (2010) comida é cultura, consequência da expressão da identidade de um determinado segmento social. Por expressar significados e ser veículo de difusão de identidades e relações culturais, a cultura alimentar de diferentes grupos sociais deve ter sua relevância antropológica reconhecida. Os costumes alimentares de um povo são marcadores identitários construídos historicamente, passados de geração em geração e são passíveis de influências externas e internas.

A população tradicional quilombola descende de africanos trazidos como escravos ao Brasil e emerge do processo de resistência dessa população. No país a Fundação Cultural Palmares (FCP) vinculada ao Ministério da Cultura (MinC) visa contribuir para a valorização das manifestações culturais e artísticas negras brasileiras como patrimônios nacionais. A FCP certifica comunidades quilombolas reconhecendo os direitos destas comunidades e promove a preservação das manifestações culturais negras, inclusive a sua cultura alimentar¹.

Estudos em comunidades quilombolas (Panigassi et al, 2008; Monego, Peixoto, Cordeiro & Costa, 2010) evidenciam a deficiência na Segurança Alimentar e Nutricional (SAN) como uma das maiores dificuldades de grande destaque nestas localidades. Segundo o Art. 3º da Lei 11.346/2006, a SAN compreende a realização do direito de todos ao acesso regular e permanente a alimentos de qualidade, em quantidade suficiente, sem comprometer o acesso a outras necessidades essenciais, tendo como base práticas alimentares promotoras de saúde que respeitem a diversidade cultural e que sejam ambiental, cultural, econômica e socialmente sustentáveis.

Muitos hábitos alimentares de adolescentes quilombolas têm sido modificados a partir da promoção das propagandas ostensivas da televisão e o consumo excessivo de produtos processados, em detrimento de produtos regionais com tradição cultural, onde o fast food vem ganhando espaço como alimento prazeroso, distanciando os adolescentes dos antigos hábitos alimentares herdados dos seus ancestrais.

Para Sichieri e Souza (2008) a maioria da publicidade televisiva no Brasil influencia negativamente a cultura alimentar de crianças e adolescentes. Castro (2013) ressalta que a mídia maquia os malefícios dos alimentos do tipo fast food, incentivando o seu uso descomedido e irrefletido.

Nesse contexto, a transição nutricional pela qual adolescentes quilombolas têm passado é caracterizada por uma dieta rica em açúcares e gorduras, e insatisfatória nutricionalmente. O surgimento do sobrepeso e

¹ Ver www.palmares.gov.br

obesidade, entre outras doenças, está intimamente ligado a tais mudanças na alimentação. O sobrepeso e a obesidade em adolescentes vêm ganhando destaque no cenário epidemiológico mundial, não só em função da sua prevalência crescente, mas, principalmente, por estar associada a uma série de danos à saúde.

Segundo a Pesquisa de Vigilância de Fatores de Risco e Proteção para Doenças Crônicas por Inquérito Telefônico (Vigitel), uma em cada cinco pessoas no Brasil está acima do peso. A prevalência da doença passou de 11,8% em 2006 para 18,9% em 2016. O comportamento sedentário é um dos aspectos que tem preocupado e chamado à atenção dos profissionais da saúde, pesquisadores e cientistas (Ministério da Saúde, 2016).

A pesquisa também evidenciou uma mudança nos hábitos alimentares da população. Os brasileiros estão consumindo menos ingredientes considerados básicos e tradicionais. O consumo regular de feijão diminuiu 67,5% em 2012 para 61,3% em 2016. A pesquisa também revelou um baixo consumo de frutas e hortaliças semanalmente. Esse cenário reflete uma transição alimentar no país, que antes era a desnutrição e agora uma alta prevalência de sobrepeso e obesidade.

A obesidade na adolescência é um agente preditivo da obesidade na fase adulta. Dados do Estudo de Riscos Cardiovasculares em Adolescentes (ERICA) apontam que 24,0% dos adolescentes brasileiros que frequentam escolas em municípios com mais de 100 mil habitantes estão com pressão arterial elevada (pré-hipertensão ou hipertensão) e 25,0% estão com excesso de peso (Bloch et al, 2016).

Gigante, Moura e Sardinha (2009) salientam que o sobrepeso e a obesidade se acentuam principalmente em populações com grande vulnerabilidade econômica e social como as comunidades tradicionais: indígenas e quilombolas.

Negros, indígenas e brancos ocupam distintos espaços sociais de condições de vida e trazem consigo experiências desiguais ao nascer, viver, adoecer e morrer. As consequências da privação com alimentação, prática de atividade física, saneamento e acesso ao cuidado com a saúde dessas comunidades, são inúmeras e afetam vários aspectos como os econômicos e sociais, mas principalmente o biológico, com o comprometimento da saúde e do desenvolvimento humano (Lei nº 11.346/2006).

Sendo assim, o presente trabalho apresenta resultados preliminares de um estudo que busca verificar a influência da mídia nos hábitos alimentares de adolescentes em uma escola que atende estudantes quilombolas da Ilha de Maré, Bahia, Brasil.

METODOLOGIA

A abordagem da pesquisa foi de natureza quantitativa e descritiva. Os dados foram coletados através de um questionário referente à influência da mídia nos hábitos alimentares dos adolescentes residentes em comunidades quilombolas da Ilha de Maré, Bahia, Brasil.

Os sujeitos da pesquisa foram 50 estudantes do 1º ano do Ensino Médio com a média de idade entre 15 e 16 anos. Para o desenvolvimento do trabalho com os estudantes foi solicitada autorização junto à coordenação e dos alunos através do Termo de Compromisso Livre Esclarecido – TCLE.

A coleta de dados foi realizada em um colégio localizado na região suburbana do município de Salvador, Bahia, e que integra a Rede Pública Estadual de Ensino. Essa unidade escolar está situada no subúrbio ferroviário e atende na sua maioria estudantes oriundos de comunidades remanescentes de quilombos localizadas na Ilha de Maré.

A Ilha de Maré possui uma diversidade cultural e uma exuberante e densa vegetação, com relevo acentuado, localizada na Baía de Todos os Santos. Entretanto, a infraestrutura local é deficitária, o acesso à Ilha é difícil e não há um sistema de transporte interno, o deslocamento para os povoados é sempre difícil, sendo geralmente feito a pé. As travessias Ilha de Maré, Salvador, Ilha de Maré são realizadas pelos estudantes quilombolas de forma precária, devido à inexistência de transporte público. Para as viagens diárias são utilizados pequenos barcos a motor de proprietários locais.

O instrumento de coleta de dados foi composto de 14 perguntas. Por questão de espaço foram analisadas apenas as respostas referentes a 5 questões, a saber: HA1) Você costuma comer alguma coisa enquanto vê TV ou fica navegando na internet?, HA2) Já consumiu alimentos que tenha visto em propagandas?, HA3) Caso tenha comprado algum alimento por influência de propaganda, que tipo de alimento foi?, HA4) Você pede para seus pais ou você mesmo compra alimentos / bebidas anunciados na TV? e HA5) Quais são as suas três comidas favoritas?

RESULTADOS E DISCUSSÃO

A presente seção versa sobre a apresentação dos resultados e discussões do estudo realizado. Em relação à pergunta HA1) Você costuma comer alguma coisa enquanto vê TV ou fica navegando na internet? 18% de estudantes responderam nunca, 48% responderam às vezes e 34% responderam sempre (Gráfico HA1).

HA1) Você costuma comer alguma coisa enquanto vê TV ou fica navegando na internet?

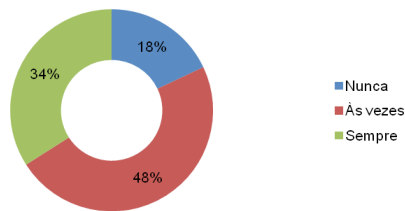


Gráfico AH1

A maioria dos estudantes afirmou realizar refeições em frente à televisão ou internet. Essa prática é ameaçadora nutricionalmente, pois além de aumentar a probabilidade de comer uma quantidade maior de alimentos, podendo desenvolver o sobrepeso e a obesidade, não se presta atenção aos sabores e texturas dos alimentos.

Segundo Marins, Jacob e Peres (2008) as empresas de fast food investem muito em ações de marketing televisivo sendo o público alvo crianças e adolescentes, devido ao tempo de exposição frente à televisão e também ao poder de persuasão que este público exerce sobre os seus pais ou responsáveis. Essa prática demonstra a necessidade de uma educação nutricional doméstica e escolar junto aos adolescentes apontando os malefícios nutricionais que estes alimentos processados acarretam.

Em relação à questão HA2 Já consumiu alimentos que tenham visto em propagandas? Dezassex por cento dos estudantes responderam nunca, 60% responderam às vezes e 24% responderam sempre (Gráfico HA2).

HA2) Já consumiu alimentos que tenham visto em propagandas?

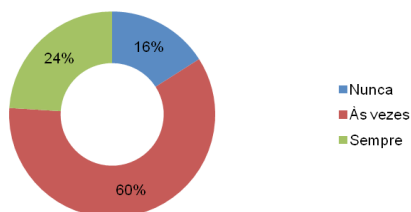


Gráfico HA2

Na questão HA3 Caso tenha comprado algum alimento por influência de propaganda, que tipo de alimento foi? a maioria dos estudantes (82%) responderam que compram fast food do tipo McDonald's e refrigerantes, 12% frutas e 6% disseram comprar massas e cereais (Gráfico HA3).

HA3) Caso tenha comprado algum alimento por influência de propaganda, que tipo de alimento foi?

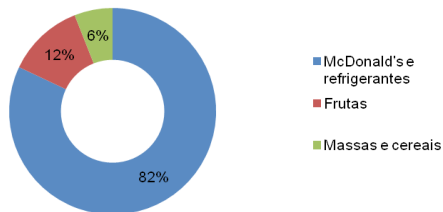


Gráfico HA3

Na questão HA4 Você pede para seus pais ou você mesmo compra alimentos / bebidas anunciados na TV? Cinco por cento dos estudantes responderam nunca, 70% responderam às vezes e 20% responderam sempre (Gráfico HA4).

HA4) Você pede para seus pais ou você mesmo compra alimentos / bebidas anunciados na TV?

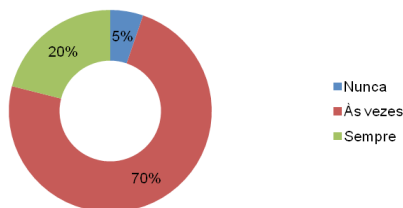


Gráfico HA4

Estes resultados apontam para a influência das propagandas nas escolhas alimentares dos estudantes quilombolas. O maior apreço pelos alimentos industrializados e não saudáveis demonstra a suscetibilidade dos adolescentes oriundos de populações tradicionais aos apelos promocionais de propaganda e publicidade que giram em torno destes alimentos.

Este tipo de alimentação ameaça a preservação da tradição da cultura alimentar das comunidades quilombolas.

Em relação à questão HA5 Quais são as suas três comidas favoritas? os estudantes elegeram em primeiro lugar as moquecas de peixe e/ou marisco (60%), em segundo lugar (25%) a lasanha seguida do feijão (15%).

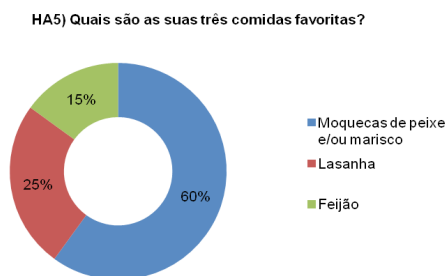


Gráfico HA5

A escolha da moqueca como alimento favorito foi um resultado bastante interessante, pois evidenciou a admiração dos adolescentes por um alimento tradicional da cultura quilombola, herança cultural alimentar dos africanos.

Um dado curioso foi a segunda preferência alimentar dos estudantes ser um prato bem distinto das suas raízes culturais, suplantando inclusive o feijão, que é um alimento básico do dia-a-dia.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Desvelar a influência das propagandas nos hábitos alimentares foi de grande relevância, criando subsídios para a elaboração de estratégias de educação nutricional que atendam as reais necessidades destes adolescentes no tocante a uma alimentação saudável.

Os resultados demonstram a necessidade da construção de uma visão crítica das propagandas que estimulam o consumo de alimentos pobres em nutrientes e principalmente de ações que respeitem a cultura alimentar tradicional da população quilombola.

REFERÊNCIAS

- Bloch, K. V. et al. (2016). ERICA: prevalências de hipertensão arterial e obesidade em adolescentes brasileiros. *Rev Saude Publica*, 50(supl 1), 9s. DOI:10.1590/S01518-8787.2016050006685
- Lei nº 11.346, de 15 de setembro de 2006. Diário Oficial da União. Brasília. Retirado de http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2004-2006/2006/lei/l11346.htm
- Ministério da Saúde (2016). *Vigitel Brasil 2016: vigilância de fatores de risco e proteção para doenças crônicas por inquérito telefônico*. Brasília. Retirado de <http://portalarquivos2.saude.gov.br/images/pdf/2018/marco/02/vigitel-brasil-2016.pdf>
- Ministério da Cultura (2018). Fundação Cultural Palmares, *Comunidades Quilombolas*. Disponível em www.palmares.gov.br/?page_id=88
- Castro, J. O. (2013). *A propaganda de "alimentação saudável" do Mcdonald's*. Brasília. Trabalho de Conclusão de Curso, Universidade de Brasília, Brasil. Retirado de <http://bdm.unb.br/bitstream/10483/5260/1/2013-JulianadeOliveiraCastro.pdf>
- Gigante, D. P, Moura, E. C. & Sardinha, L. M. V. (2009). Prevalence of overweight and obesity and associated factors. *Rev. Saúde Pública*, 43(2), 83-89. DOI: 10.1590/S0034-89102009000900011
- Maciel, M. E. (2001). Cultura e alimentação ou o que têm a ver os macaquinhos de Koshima com Brillat-Savarin? *Horizontes antropológicos*, 7(16), 145-156. DOI: 10.1590/S0104-71832001000200008
- Marins, B. R.; Jacob, S. C. & Peres, F.(2008). Avaliação qualitativa do hábito de leitura e entendimento: recepção das informações de produtos alimentícios. *Ciência e Tecnologia de Alimentos*, 28(3), 579-585. Retirado de <http://www.scielo.br/pdf/cta/v28n3/a12v28n3.pdf>
- Monego, E. T., Peixoto, M. R. G., Cordeiro, M. M. & Costa, R. M. (2010). (In) segurança alimentar em comunidades quilombolas do Tocantins. *Segurança Alimentar e Nutricional*, 17(1), 37-47. DOI: <https://doi.org/10.20396/san.v17i1.8634798>
- Montanari, M. (2010). *Comida como cultura*. São Paulo: Editora Senac.
- Panigassi, G., Segall-Corrêa, A. M., Marinleón L., Pérez-Escamilla R., Sampaio M. E. A. & Maranhã L. K. (2008). Insegurança alimentar como indicador de iniquidade: análise de inquérito populacional. *Caderno de Saúde Pública*, 24(10), 2376-2384. Retirado de <https://br.123dok.com/document/wyeeoooy-inseguranca-alimentar-como-indicador-de-iniquidade-analise-de-inquerito-populacional.html>

Sichieri, R. & Souza, R. A. (2008). Estratégias para prevenção da obesidade em crianças e adolescentes. *Cad. Saúde Pública*, 24, 209-234. Retirado de <http://www.scielo.br/pdf/csp/v24s2/o2.pdf>

Citação:

Mota, H. S., Santos, M. L., Camargo, C. L. & Baptista, G. C. S. (2019). Educação em saúde: influência da mídia na cultura alimentar de adolescentes escolares quilombolas em uma escola de Salvador, Bahia (Brasil). In M. L. Martins & I. Macedo (Eds.), *Livro de atas do III Congresso Internacional sobre Culturas: Interfaces da Lusofonia* (pp. 565-573). Braga: CECS.