

A INFLUÊNCIA DA EXPOSIÇÃO TELEVISIVA NO CONSUMO ALIMENTAR DAS CRIANÇAS

Rita Ribeiro¹; Ana M. Pereira^{1,3}; António J. Fernandes^{2,3}

¹ Escola Superior de Saúde de Bragança, Instituto Politécnico de Bragança, Avenida D. Afonso V, 5300-121 Bragança, Portugal

² Escola Superior Agrária de Bragança, Instituto Politécnico de Bragança, Campus de Santa Apolónia, 5300-253 Bragança, Portugal

³ CIMO - Centro de Investigação de Montanha, Instituto Politécnico de Bragança, Portugal

INTRODUÇÃO

Atualmente, a visualização televisiva durante as refeições e a presença de televisão no quarto, têm sido citados como possíveis mecanismos impulsadores de comportamentos e hábitos alimentares não saudáveis.

OBJETIVOS

Estudar a relação da exposição televisiva no consumo alimentar das crianças.

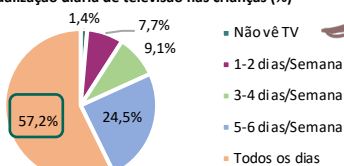
RESULTADOS

Tabela 1- Frequência do consumo alimentar das crianças

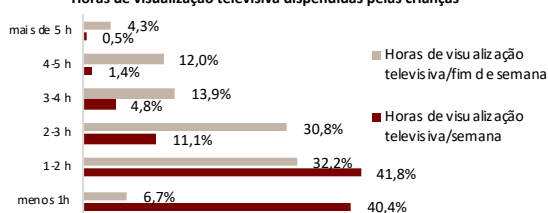
Categoria de alimentos e bebidas	Frequência (%)			
	1x de 15-15 dias	1-3 x por semana	4-7 x por semana	Mais de 1 x por dia
Leite Magro ou Meio Gordo (n=208)	2,4	8,2	48,6	27,9
logurte (n=207)	6,8	30,9	44,4	14,0
Carne (n=208)	1,9	43,3	44,2	10,1
Azeite (n=208)	11,1	30,3	33,7	13,5
Pão (n=208)	1,0	12,5	38,9	47,6
Fruta Fresca (n=208)	1,0	14,9	34,1	50,0
Sumo de Fruta 100% (n=208)	22,1	29,8	12,0	4,3
Refrigerantes/Chás com adição de açúcar (n=208)	28,4	26,0	6,3	3,4
Refrigerantes diet ou light (n=208)	13,9	8,2	0,5	0,5
Batata Frita de Pacote, Snacks, Pipocas (n=208)	50,0	14,4	1,0	1,0
Rebuçados/Gomas/Chocolates (n=208)	38,5	30,3	3,4	1,0
Biscoitos/Bolachas, Doces, Bolos, Donuts (n=208)	22,1	46,2	16,3	2,9
Fast-Food (n=208)	52,4	17,3	1,4	0,0
Água (n=208)	0,0	3,4	3,8	92,3

Figura 1 - Exposição televisiva da criança

Visualização diária de televisão nas crianças (%)



Horas de visualização televisiva dispendidas pelas crianças



MATERIAL E MÉTODOS

Estudo quantitativo, transversal e analítico, realizado numa amostra de 208 crianças, com idades compreendidas entre os 6 e 11 anos. Foi aplicado um questionário adaptado do questionário ESPIGA (1) e do questionário de German Vicente-Rodriguez (2).

Tabela 2- Relação do tipo de alimentos e bebidas ingeridas com o tempo de exposição televisiva nas crianças

Categoria de Alimentos e Bebidas	Visualização TV/dias		Horas de visualização TV/semana		Horas de visualização TV/fim-de-semana	
	Ró	P-value ^c	Ró	P-value ^c	Ró	P-value ^c
Leite Aromatizado (ex: leite achocolatado) (n=207)	0,138	0,047*	0,168	0,015*	0,191	0,006**
Refrigerantes/Chás com adição de açúcar (n=208)	0,174	0,012*	0,270	0,000*	0,236	0,001**
Batata Frita de Pacote, Snacks, Pipocas (n=208)	0,138	0,047*	0,158	0,022*	0,199	0,004**
Rebuçados/Go mas/Chocolates (n=208)	0,198	0,004*	0,088	0,205	0,233	0,001**
Fast-Food (n=208)	0,224	0,001*	0,126	0,071	0,198	0,004**

*Correlação significativa ao nível de significância de 5% ;** Correlação significativa ao nível de significância de 1% ;^c Teste de Spearman

Tabela 3- Relação do tipo de alimentos e bebidas ingeridas com a presença de televisão no quarto

Categoria de Alimentos e Bebidas	Presença de TV no quarto		
	Sim	Não	P-value ^a
logurte (n=207)	114,85	98,33	0,045*

Existem diferenças significativas ao nível de significância de 5% ;^a Teste Mann-Whitney-Wilcoxon

CONCLUSÃO

Constatando-se que a maioria das exposições ocorre em casa, torna-se imprescindível a implementação de regras, por parte dos familiares, com intuito de minorar a precoce exposição televisiva e consequentemente, prevenir o desenvolvimento e/ou surgimento de potenciais patologias nas crianças.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

1. Núcleo Regional do Alentejo Contra a Obesidade. Questionário ESPIGA. 2002.
2. Rey-López JP, Vicente-Rodríguez G, Répasy J, Mesana MI, Ruiz JR, Ortega FB, et al. Food and drink intake during television viewing in adolescents: The Healthy Lifestyle in Europe by Nutrition in Adolescence (HELENA) study. Public Health Nutr. 2011;14:1563-9.