



Opiniões sobre a propaganda infantil



Maio 2011

Datafolha
INSTITUTO DE PESQUISAS

- Objetivo e Metodologia
- Perfil da amostra
- Propaganda dentro das escolas
- Propaganda de alimentos dirigida às crianças
- Sumário conclusivo

Objetivo e Metodologia

A pesquisa teve como objetivo investigar as opiniões da população brasileira e, em particular, a dos pais de crianças até 11 anos, sobre a propaganda dentro das escolas, bem como sobre a propaganda de alimentos, dirigida ao público infantil.

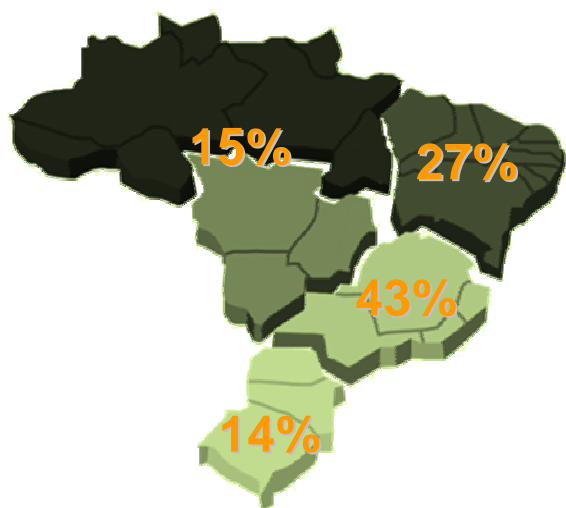


- **Técnica**
 - Pesquisa quantitativa, com abordagem pessoal em pontos de fluxo populacional, mediante aplicação de questionário estruturado.
- **Desenho amostral**
 - O desenho amostral foi elaborado com base em informações do Censo 2000 e estimativas 2010 (Fonte: IBGE) e contempla os seguintes estágios:
 - Estratificação por Unidade Federativa e Porte dos municípios
 - Sorteio dos municípios
 - Sorteio do ponto para realização da pesquisa.
 - A checagem foi pessoal (in loco) e também telefônica (posterior à coleta de dados), cobrindo no mínimo 20% do material de cada pesquisador.
- **Universo**
 - Homens e mulheres, com 16 anos ou mais, pertencentes a todas as classes econômicas.
- **Abrangência**
 - Brasil
- **Data de campo:** o levantamento foi realizado entre os dias 04 e 05 de abril de 2011.

Amostra e margem de erro

Foram realizadas **2.061** entrevistas finais, representativas da **população brasileira com 16 anos ou mais**, distribuídas em 145 municípios.

→ A margem de erro máxima para o total da amostra é de **2 pontos percentuais**, para mais ou para menos, considerando um nível de confiança de 95%.



Natureza do município:



→ **39%** Região metropolitana



→ **61%** Interior

Deste total, **596** entrevistas foram realizadas com **pais e mães de crianças até 11 anos**.

→ A margem de erro máxima para esta amostra é de **4 pontos percentuais**, para mais ou para menos, considerando um nível de confiança de 95%.

Observações gerais:

- Os dados cujas bases apresentam número insuficiente para análise estatística (menos de 30 casos) encontram-se identificados com asterisco e deverão ser observados com cautela.
- Citações inferiores a 0,5% estão representadas nas tabelas por “0” nenhuma citação por “ – “.
- Em alguns gráficos e tabelas os resultados das perguntas com resposta única não somam exatamente 100%, variam de 99% a 101%, devido a arredondamentos.
- Nos gráficos e tabelas os resultados estão em percentual e as bases em números absolutos.
- Os resultados significativos encontram-se destacados em linha contínua enquanto que os tendenciais (dentro da margem de erro), em linha pontilhada.

 Significativamente maior

 Significativamente menor

 Indicativamente maior

 Indicativamente menor

Perfil da amostra

- A maioria (dois terços) da população brasileira a partir de 16 anos possui filhos e **29% têm filhos até 11 anos de idade.**
 - Em termos regionais, a **maior concentração populacional encontra-se na região Sudeste (43%)**, vindo a seguir o Nordeste, que representa 27%.
 - Sul e Norte/ Centro-Oeste constituem parcelas menores (14% e 15%, respectivamente).



O Interior tem a maior representatividade (61%).

- A distribuição por sexo é equilibrada, com ligeira prevalência de mulheres (52% do sexo feminino x 48% do sexo masculino)
- e as diversas faixas etárias estão representadas, sendo a maior parcela composta por jovens, de **16 a 34 anos (47%)** → a média de idade fica em **39 anos.**

- **A classe econômica C é predominante**, representando praticamente a metade da amostra (**49%**). A fatia correspondente às classes mais elevadas, AB, fica em **27%**.
- Nas regiões metropolitanas e no Sul e Sudeste as classes AB são mais expressivas e representam mais de um terço do total.



Quanto à escolaridade, as maiores parcelas estão concentradas nos níveis fundamental (46%) e médio (40%).

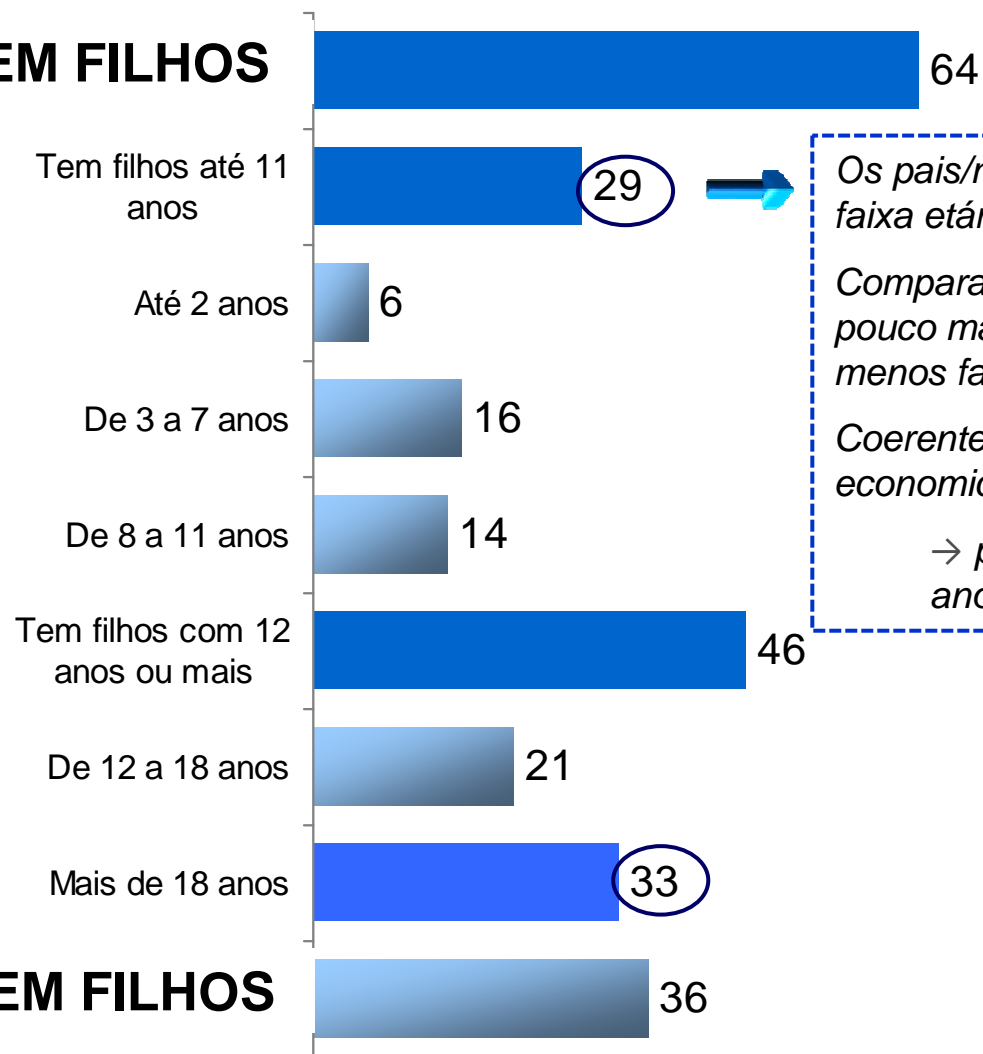
→ A maioria da população brasileira situa-se na faixa de até 3 salários mínimos, no tocante à renda familiar mensal.

68% pertencem à População Economicamente Ativa (PEA).

Em %

Tem filhos e idade dos filhos

TEM FILHOS



Os pais/mães de crianças até 11 anos têm maior concentração na faixa etária entre 25 e 44 anos (80%).

Comparativamente ao total da população, nesse segmento é um pouco maior a participação das classes econômicas e de renda menos favorecidas.

Coerentemente com a faixa etária, a participação da população economicamente ativa é mais expressiva (78%).

→ por região, a incidência de pais e mães de crianças até 11 anos é maior no Nordeste e menor no Sudeste.

Em %

Tem filhos e idade dos filhos

	TOTAL	Região				Natureza do município	
		Sul	Sudeste	Norte/ Centro-Oeste	Nordeste	Capital + Região Metropolitana	Interior
TEM FILHOS	64	61	64	63	67	62	66
Tem filhos com até 11 anos	29	23	27	32	33	28	29
Até 2 anos	6	6	5	6	7	5	6
De 3 a 7 anos	16	11	14	22	18	15	16
De 8 a 11 anos	14	13	12	17	17	13	15
Tem filhos com 12 anos ou mais	46	48	47	40	45	44	47
De 12 a 18 anos	21	20	22	20	22	21	22
Mais de 18 anos	33	36	34	28	31	31	33
NÃO TEM FILHOS	36	39	36	37	33	38	35
Base: População 16 anos ou mais	2061	316	850	334	561	833	1228

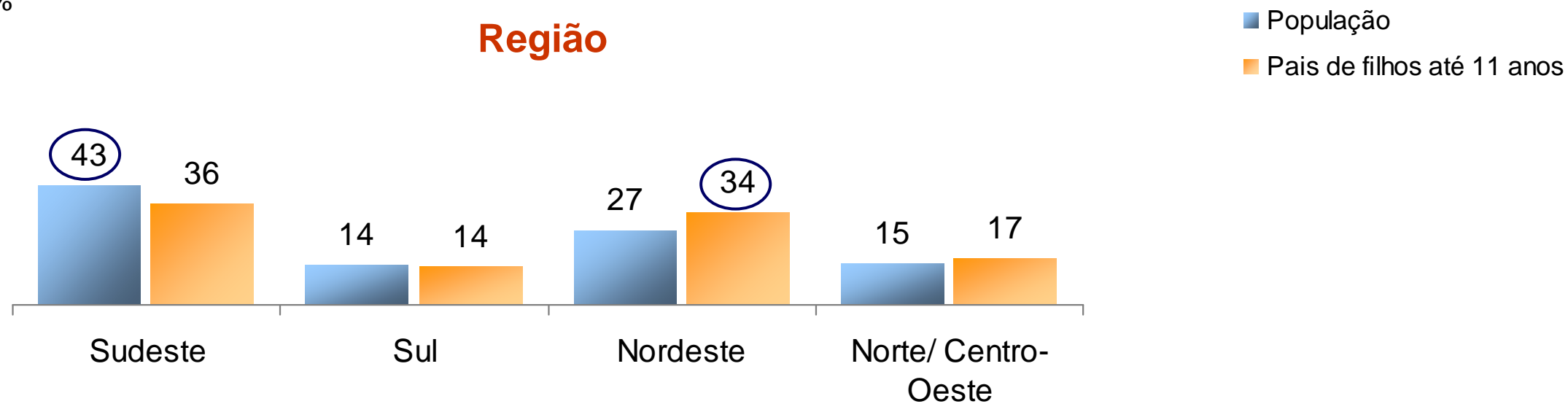
Em %

Tem filhos e idade dos filhos

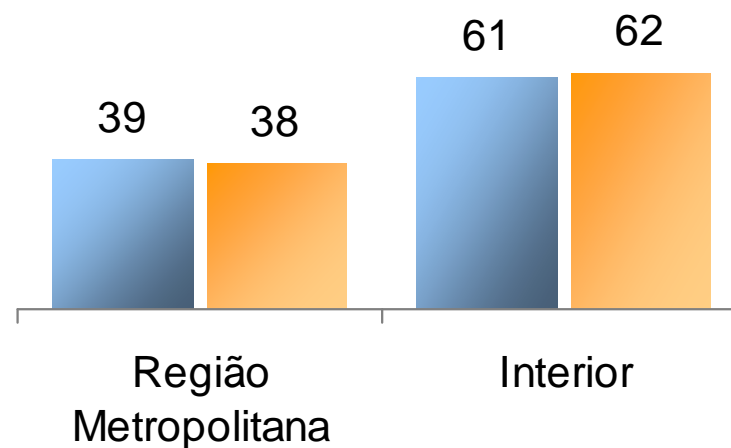
	TOTAL	Sexo		Idade				
		Mascu- lino	Femi- nino	16 a 24 anos	25 a 34 anos	35 a 44 anos	45 a 59 anos	60 anos ou mais
TEM FILHOS	64	59	69	14	65	83	88	91
Tem filhos com até 11 anos	29	27	30	14	60	46	13	1
Até 2 anos	6	6	6	6	13	7	0	-
De 3 a 7 anos	16	15	17	8	37	22	5	1
De 8 a 11 anos	14	13	16	2	28	30	9	1
Tem filhos com 12 anos ou mais	46	40	51	0	17	68	85	88
De 12 a 18 anos	21	19	24	0	17	57	31	4
Mais de 18 anos	33	28	37	-	1	30	74	88
NÃO TEM FILHOS	36	41	31	86	35	16	12	9
Base: População 16 anos ou mais	2061	996	1065	509	476	409	398	269

Em %

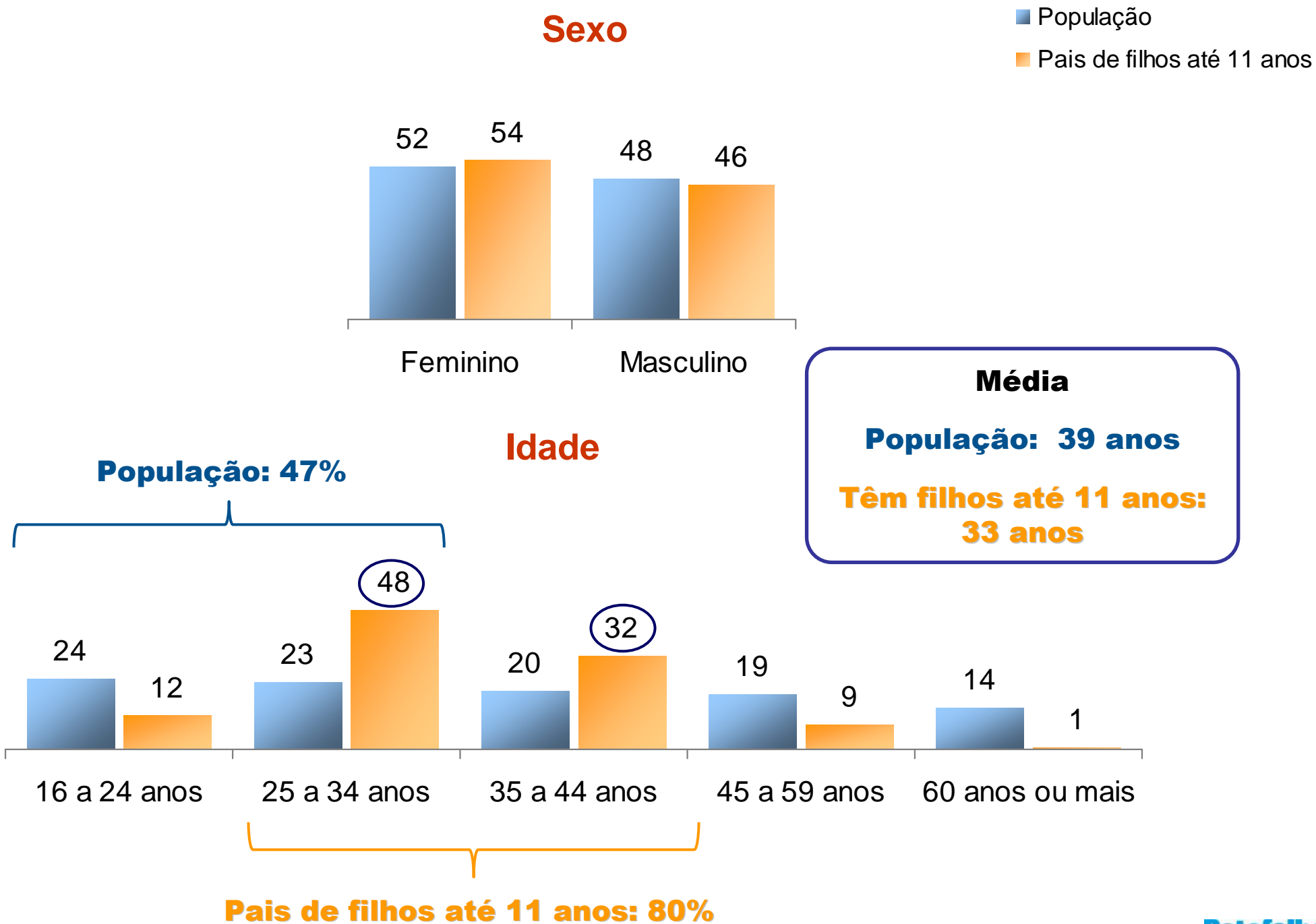
Região



Natureza do município



Em %



Em %

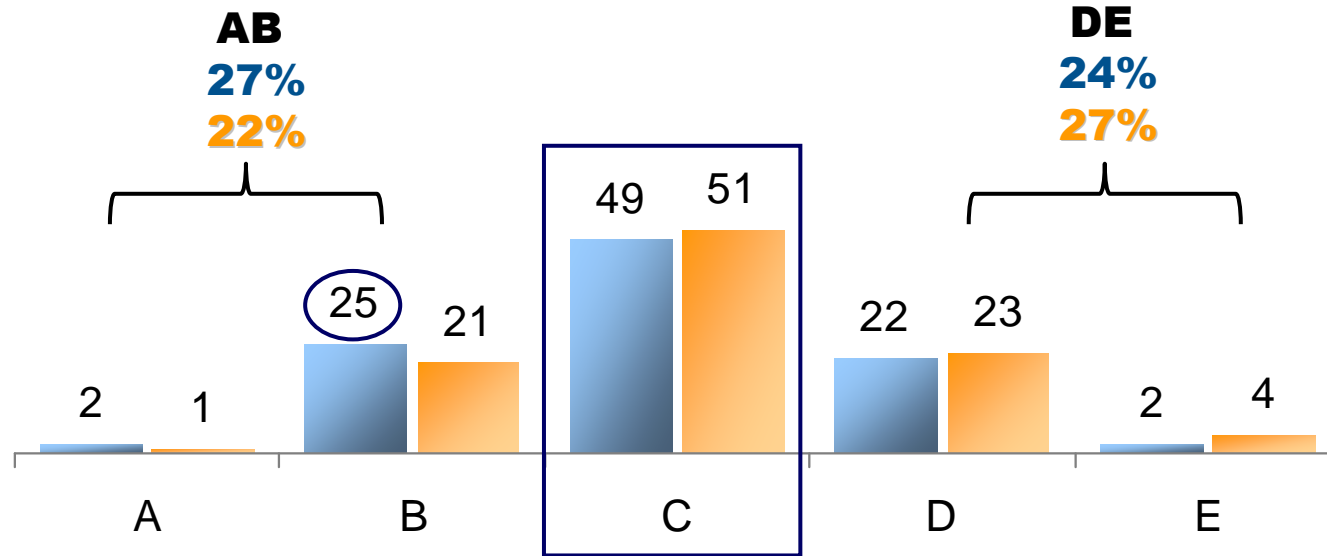
Sexo	TOTAL	Região				Natureza do município	
		Sul	Sudeste	Norte/ Centro-Oeste	Nordeste	Capital + Região Metropolitana	Interior
Masculino	48	49	48	49	47	48	48
Feminino	52	51	53	51	53	52	52
Base: População 16 anos ou mais	2061	316	850	334	561	833	1228

Idade	TOTAL	Região				Natureza do município	
		Sul	Sudeste	Norte/ Centro-Oeste	Nordeste	Capital + Região Metropolitana	Interior
16 a 24 anos	24	22	23	28	26	25	24
25 a 34 anos	23	22	22	26	23	24	22
35 a 44 anos	20	21	20	19	19	20	20
45 a 59 anos	19	21	20	17	18	19	19
60 anos ou mais	14	14	15	10	15	13	15
Média de idade (em anos)	39	40	39	36	38	38	39
Base: População 16 anos ou mais	2061	316	850	334	561	833	1228

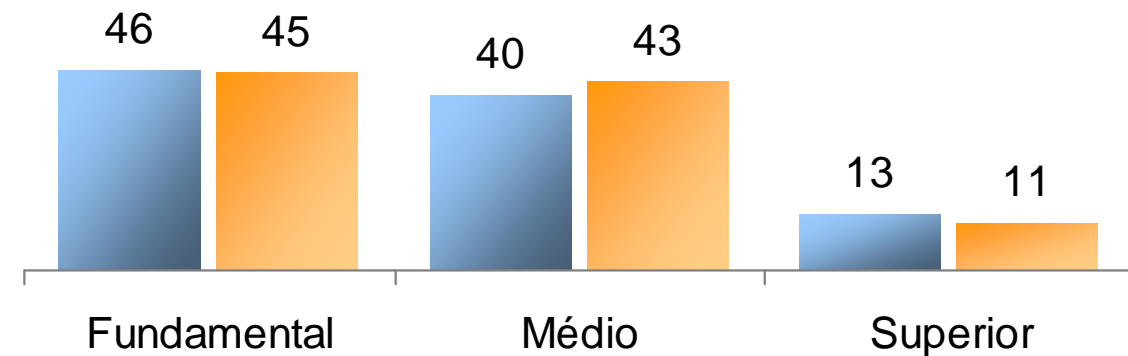
Em %

■ População
■ Pais de filhos até 11 anos

Classificação econômica (Critério Brasil)



Escolaridade



Em %

Classificação econômica (Critério Brasil)

	TOTAL	Região				Natureza do município	
		Sul	Sudeste	Norte/ Centro-Oeste	Nordeste	Capital + Região Metropolitana	Interior
Classe A	2	2	4	1	1	3	2
Classe B	25	36	32	22	11	32	20
Classe C	49	49	49	55	47	50	49
Classe D	22	12	15	20	37	14	27
Classe E	2	0	1	2	5	1	3
Base: População 16 anos ou mais	2061	316	850	334	561	833	1228

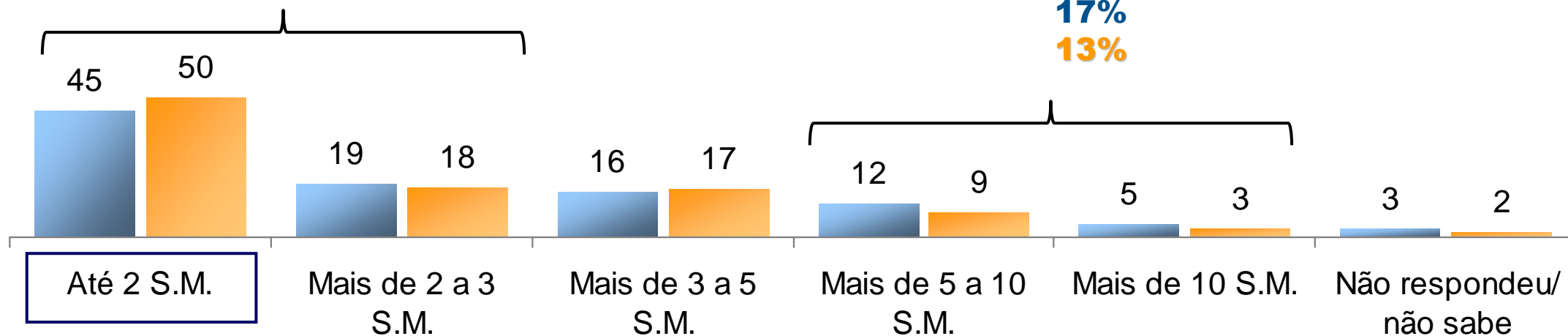
Escolaridade

	TOTAL	Região				Natureza do município	
		Sul	Sudeste	Norte/ Centro-Oeste	Nordeste	Capital + Região Metropolitana	Interior
Fundamental	46	50	40	44	55	37	52
Médio	40	33	41	43	39	45	36
Superior	13	17	18	13	6	17	11
Base: População 16 anos ou mais	2061	316	850	334	561	833	1228

Em %

■ População
■ Pais de filhos até 11 anos

Renda familiar mensal (em salário mínimo)

Até 3 S.M.**64%****68%****Mais de 5 S.M.****17%****13%**

Salário Mínimo 2011= R\$ 545,00

Em %

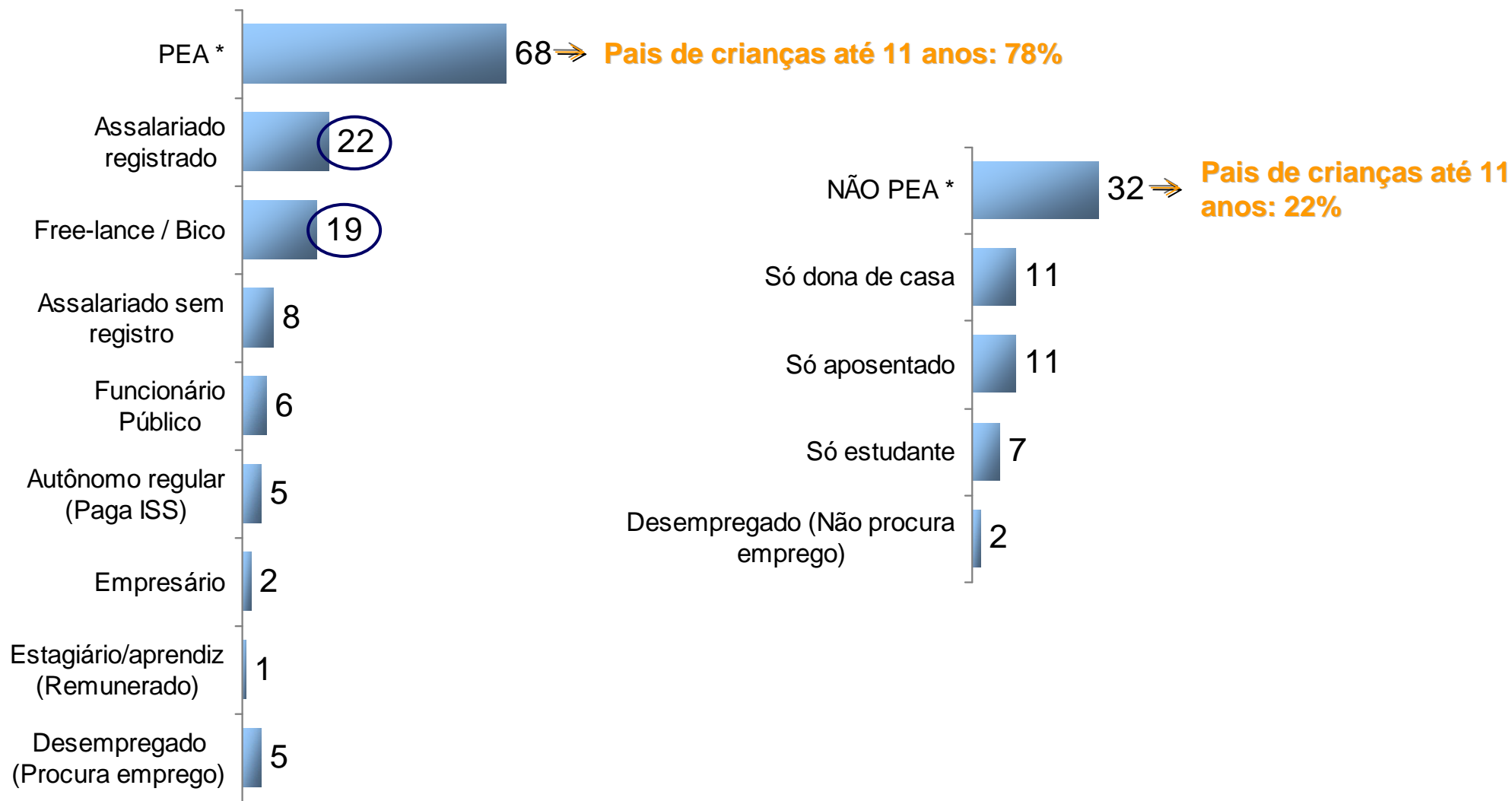
Renda familiar mensal (em salário mínimo)

	TOTAL	Região				Natureza do município	
		Sul	Sudeste	Norte/ Centro-Oeste	Nordeste	Capital + Região Metropolitana	Interior
Até 2 S.M.	45	33	36	44	67	38	50
Mais de 2 a 3 S.M.	19	21	19	19	16	18	19
Mais de 3 a 5 S.M.	16	22	19	18	9	18	15
Mais de 5 a 10 S.M.	12	14	15	12	5	16	9
Mais de 10 S.M.	5	4	7	5	2	7	4
Não respondeu/ não sabe	3	6	4	3	2	3	3
Base: População 16 anos ou mais	2061	316	850	334	561	833	1228

Salário Mínimo 2011= R\$ 545,00

Em %

Ocupação



Em %

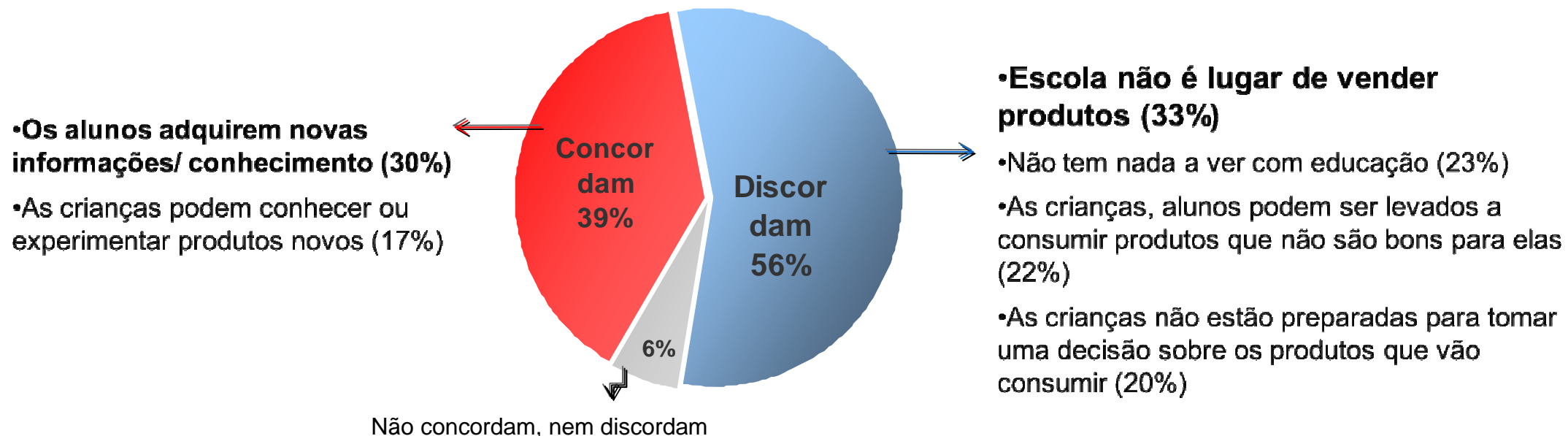
Ocupação	TOTAL	Região				Natureza do município	
		Sul	Sudeste	Norte/ Centro-Oeste	Nordeste	Capital + Região Metropolitana	Interior
PEA*	68	67	69	72	65	69	67
Assalariado registrado	22	28	27	21	12	26	20
Free-lance / Bico	19	11	17	19	27	16	21
Assalariado sem registro	8	7	7	9	9	7	8
Funcionário Público	6	4	6	7	7	6	6
Autônomo regular (Paga ISS)	5	7	4	8	3	5	5
Empresário	2	4	2	3	1	2	2
Estagiário/aprendiz (Remunerado)	1	2	1	0	0	1	1
Desempregado (Procura emprego)	5	4	5	5	6	6	5
NÃO PEA*	32	33	31	28	35	31	33
Só dona de casa	11	12	11	9	14	9	13
Só aposentado	11	13	11	8	11	11	11
Só estudante	7	6	6	9	7	8	6
Desempregado (Não procura emprego)	2	2	2	1	3	2	2
Base: População 16 anos ou mais	2061	316	850	334	561	833	1228

Propaganda dentro das escolas



*A maioria da população se mostra **contrária** à possibilidade de as empresas fazerem propaganda dentro das escolas (**56%**).*

É correto as empresas fazerem propaganda dentro da escola?



Contrários à propaganda (56%)

- Mais velhos, a partir de 45 anos (em torno de 60%)
- Com filhos (59%)
- Interior (58%)
- Região Norte/ Centro-Oeste (66%)



De modo geral, os segmentos menos favorecidos tendem a ser mais contrários à propaganda nas escolas (classes CDE, renda até 3 SM, escolaridade fundamental)...

em torno de 60% são contrários

Favoráveis à propaganda (39%)

- Jovens, de 16 a 24 anos (47%)
- Sem filhos (44%)
- Sudeste (45%)



...e as classes econômicas e de renda mais elevadas têm maior percentual a favor (classes AB, acima de 3 SM, curso médio ou superior)

Mais de 40% são favoráveis

Propaganda dentro das escolas

(Estimulada e única - escala de 5 pontos)

Em %

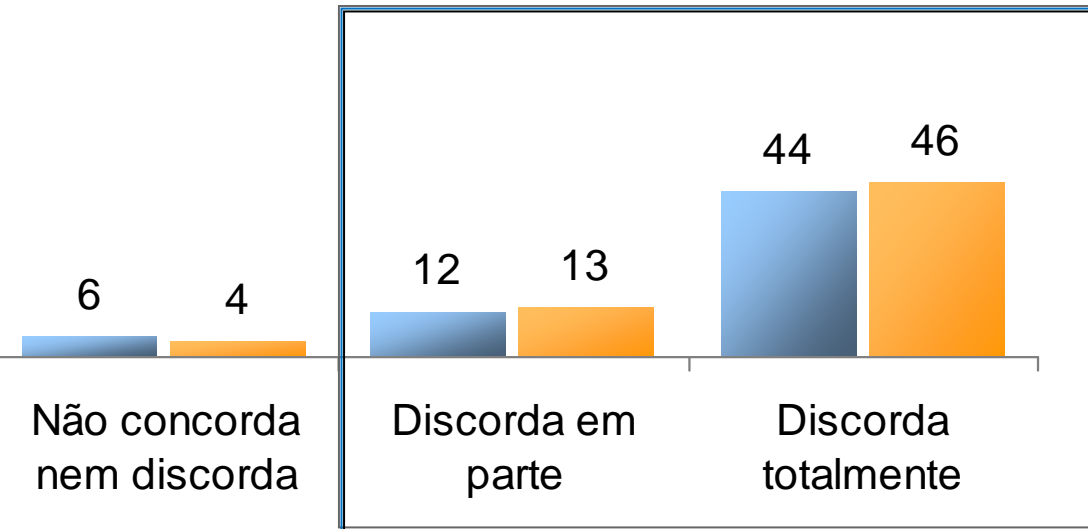
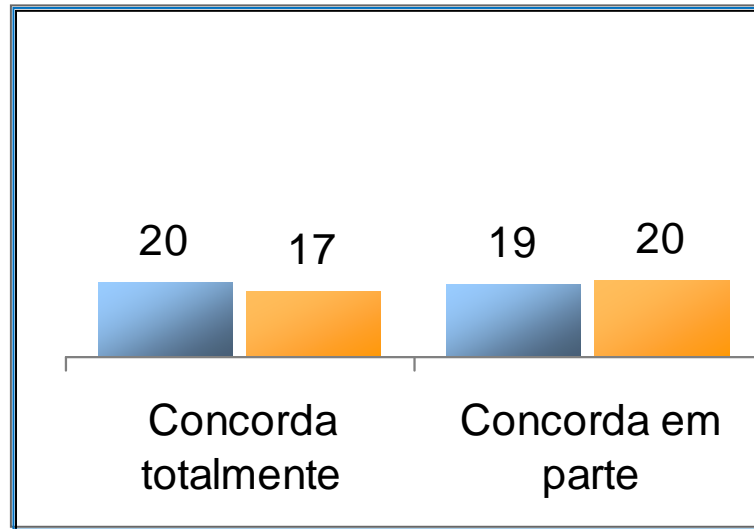
■ População

■ Pais de filhos até 11 anos

É correto as empresas fazerem propaganda dentro da escola?

Concordam
Total amostra → 39%
Têm filhos até 11 anos → 37%

Discordam
Total amostra → 56%
Têm filhos até 11 anos → 59%



Propaganda dentro das escolas

(Estimulada e única - escala de 5 pontos)

27

Em %

É correto as empresas fazerem propaganda dentro da escola?

	TOTAL	Região				Natureza do município	
		Sul	Sudeste	Norte/ Centro-Oeste	Nordeste	Capital + Região Metropolitana	Interior
CONCORDA TOTALMENTE + CONCORDA EM PARTE (5+4)	39	39	45	29	35	43	36
Concorda totalmente (5)	20	18	24	12	19	22	19
Concorda em parte (4)	19	21	21	17	17	22	17
NÃO CONCORDA NEM DISCORDA (3)	6	8	4	5	7	5	6
DISCORDA EM PARTE + DISCORDA TOTALMENTE (2+1)	56	53	51	66	58	51	58
Discorda em parte (2)	12	12	13	11	11	12	12
Discorda totalmente (1)	44	41	38	54	47	39	46
Média	2,6	2,6	2,8	2,2	2,5	2,8	2,5
Base: População 16 anos ou mais	2061	316	850	334	561	833	1228

Propaganda dentro das escolas

(Estimulada e única - escala de 5 pontos)

Em %

É correto as empresas fazerem propaganda dentro da escola?

	TOTAL	Sexo		Idade					Filhos		
		Masculino	Feminino	16 a 24 anos	25 a 34 anos	35 a 44 anos	45 a 59 anos	60 anos ou mais	Filhos até 11 anos	Filhos com 12 anos ou mais	Não tem filhos
CONCORDA TOTALMENTE + CONCORDA EM PARTE (5+4)	39	40	38	47	41	37	33	32	37	36	44
Concorda totalmente (5)	20	20	19	24	20	19	17	18	17	19	21
Concorda em parte (4)	19	20	19	23	21	19	16	14	20	16	23
NÃO CONCORDA NEM DISCORDA (3)	6	5	6	7	3	5	6	9	4	6	7
DISCORDA EM PARTE + DISCORDA TOTALMENTE (2+1)	56	55	56	46	57	58	62	59	59	59	49
Discorda em parte (2)	12	10	13	9	14	15	12	10	13	13	11
Discorda totalmente (1)	44	45	42	37	43	43	50	50	46	46	38
Média	2,6	2,6	2,6	2,9	2,6	2,6	2,4	2,4	2,5	2,5	2,8
Base: População 16 anos ou mais	2061	996	1065	509	476	409	398	269	596	940	740

Propaganda dentro das escolas

(Estimulada e única - escala de 5 pontos)

Em %

É correto as empresas fazerem propaganda dentro da escola?

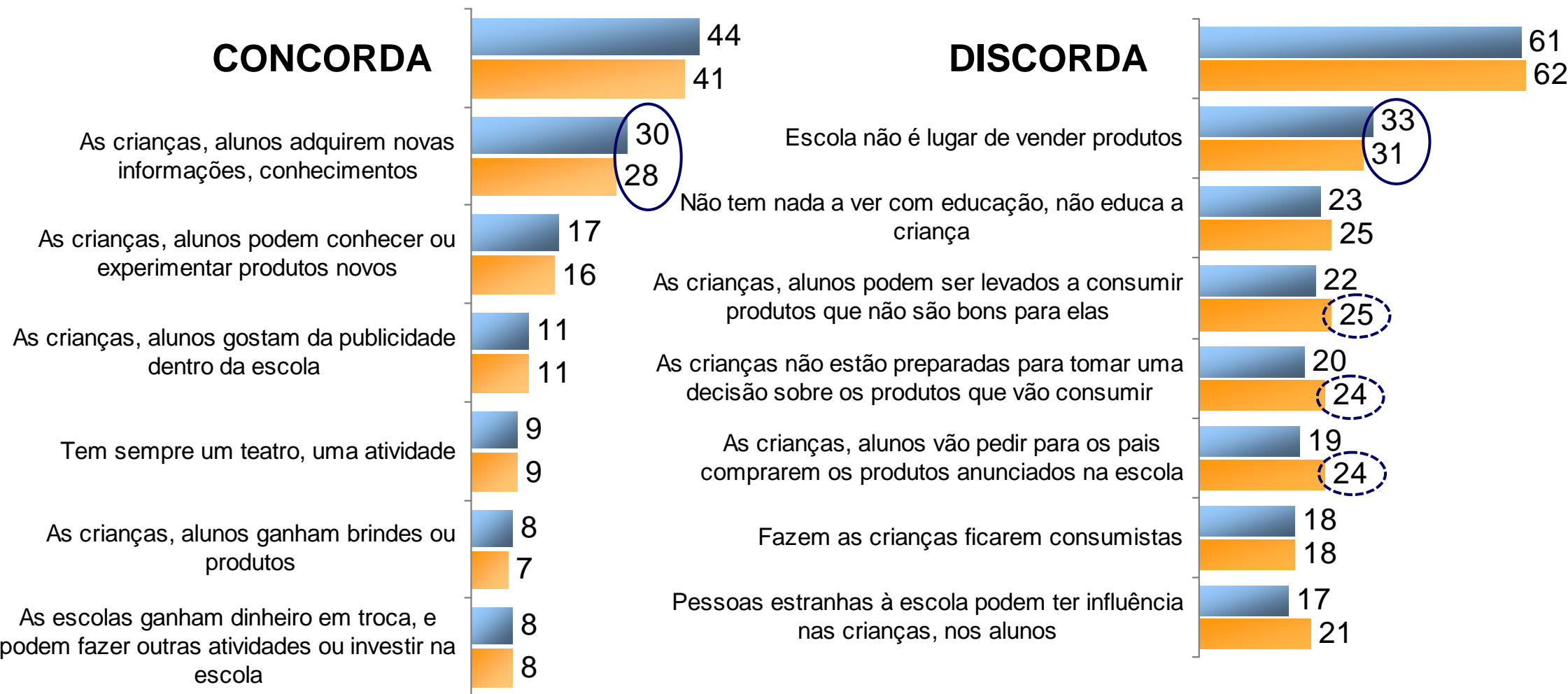
	TOTAL	Classe econômica			Escolaridade			Renda familiar mensal			
		A/ B	C	D/ E	Funda- mental	Médio	Supe- rior	Até 2 S.M.	Acima de 2 a 3 S.M.	Acima de 3 a 5 S.M.	Acima de 5 S.M.
CONCORDA TOTALMENTE + CONCORDA EM PARTE (5+4)	39	45	38	33	35	43	42	36	38	44	42
Concorda totalmente (5)	20	22	20	18	21	20	15	20	17	20	28
Concorda em parte (4)	19	23	19	15	14	23	26	16	21	24	14
NÃO CONCORDA NEM DISCORDA (3)	6	6	5	7	5	5	7	6	6	4	5
DISCORDA EM PARTE + DISCORDA TOTALMENTE (2+1)	56	49	57	60	60	52	51	58	57	52	53
Discorda em parte (2)	12	11	13	11	11	13	12	11	16	12	6
Discorda totalmente (1)	44	38	44	49	49	39	40	47	41	40	47
Média	2,6	2,8	2,6	2,4	2,5	2,7	2,7	2,5	2,6	2,7	2,7
Base: População 16 anos ou mais	2061	541	1106	414	936	840	277	907	400	587	98

Em %

■ População
■ Pais de filhos até 11 anos

CONCORDA

DISCORDA



Em %

É correto as empresas fazerem propaganda dentro da escola?

	TOTAL	Região				Natureza do município	
		Sul	Sudeste	Norte/ Centro-Oeste	Nordeste	Capital + Região Metropolitana	Interior
CONCORDA	44	44	49	34	41	48	41
As crianças, alunos adquirem novas informações, conhecimentos	30	26	36	24	27	33	29
As crianças, alunos podem conhecer ou experimentar produtos novos	17	15	20	12	17	17	17
As crianças, alunos gostam da publicidade dentro da escola	11	12	13	8	11	13	10
Tem sempre um teatro, uma atividade	9	9	11	3	9	10	8
As crianças, alunos ganham brindes ou produtos	8	6	10	3	10	9	8
As escolas ganham dinheiro em troca, e podem fazer outras atividades ou investir na escola	8	8	10	5	6	8	7
Base: População 16 anos ou mais	2061	316	850	334	561	833	1228

Propaganda dentro das escolas = razões de concordância/ discordância

(Estimulada e múltipla)

Em %

É correto as empresas fazerem propaganda dentro da escola?

	TOTAL	Sexo		Idade					Filhos		
		Mascu- lino	Femi- nino	16 a 24 anos	25 a 34 anos	35 a 44 anos	45 a 59 anos	60 anos ou mais	Filhos até 11 anos	Filhos com 12 anos ou mais	Não tem filhos
CONCORDA	44	45	44	53	44	43	37	38	41	41	51
As crianças, alunos adquirem novas informações, conhecimentos	30	30	31	38	32	30	24	22	28	27	36
As crianças, alunos podem conhecer ou experimentar produtos novos	17	17	17	22	16	16	15	15	16	16	19
As crianças, alunos gostam da publicidade dentro da escola	11	11	11	12	10	11	10	13	11	12	12
Tem sempre um teatro, uma atividade	9	8	9	10	7	12	9	6	9	9	9
As crianças, alunos ganham brindes ou produtos	8	9	8	11	8	6	7	8	7	8	9
As escolas ganham dinheiro em troca, e podem fazer outras atividades ou investir na escola	8	9	6	9	9	7	7	6	8	6	9
Base: População 16 anos ou mais	2061	996	1065	509	476	409	398	269	596	940	740

Em %

É correto as empresas fazerem propaganda dentro da escola?

	TOTAL	Classe econômica			Escolaridade			Renda familiar mensal			
		A/ B	C	D/ E	Funda-mental	Médio	Supe-rior	Até 2 S.M.	Acima de 2 a 3 S.M.	Acima de 3 a 5 S.M.	Acima de 5 S.M.
CONCORDA	44	51	43	39	39	48	49	42	43	47	48
As crianças, alunos adquirem novas informações, conhecimentos	30	36	30	24	24	35	38	27	31	34	39
As crianças, alunos podem conhecer ou experimentar produtos novos	17	20	16	16	16	18	18	17	17	18	21
As crianças, alunos gostam da publicidade dentro da escola	11	13	11	10	12	10	13	11	11	11	15
Tem sempre um teatro, uma atividade	9	11	9	6	8	9	10	9	9	9	9
As crianças, alunos ganham brindes ou produtos	8	9	7	9	8	8	8	9	7	8	10
As escolas ganham dinheiro em troca, e podem fazer outras atividades ou investir na escola	8	12	7	5	7	7	11	6	8	9	11
Base: População 16 anos ou mais	2061	541	1106	414	936	840	277	907	400	587	98

Em %

É correto as empresas fazerem propaganda dentro da escola?

	TOTAL	Região				Natureza do município	
		Sul	Sudeste	Norte/ Centro-Oeste	Nordeste	Capital + Região Metropolitana	Interior
DISCORDA	61	60	55	72	65	56	64
Escola não é lugar de vender produtos	33	32	31	41	32	28	36
Não tem nada a ver com educação, não educa a criança	23	19	21	27	27	20	26
As crianças, alunos podem ser levados a consumir produtos que não são bons para elas	22	24	21	21	23	18	25
As crianças não estão preparadas para tomar uma decisão sobre os produtos que vão consumir	20	17	22	18	21	18	22
As crianças, alunos vão pedir para os pais comprarem os produtos anunciados na escola	19	25	17	18	20	16	21
Fazem as crianças ficarem consumistas	18	21	17	19	18	18	18
Pessoas estranhas à escola podem ter influência nas crianças, nos alunos	17	15	15	18	20	15	18
Base: População 16 anos ou mais	2061	316	850	334	561	833	1228

Em %

É correto as empresas fazerem propaganda dentro da escola?

	TOTAL	Sexo		Idade					Filhos		
		Mascu- lino	Femi- nino	16 a 24 anos	25 a 34 anos	35 a 44 anos	45 a 59 anos	60 anos ou mais	Filhos até 11 anos	Filhos com 12 anos ou mais	Não tem filhos
DISCORDA	61	60	62	53	60	62	67	68	62	64	57
Escola não é lugar de vender produtos	33	32	34	29	32	32	39	33	31	35	31
Não tem nada a ver com educação, não educa a criança	23	25	22	23	21	23	27	22	25	24	22
As crianças, alunos podem ser levados a consumir produtos que não são bons para elas	22	21	23	16	20	25	27	26	25	24	18
As crianças não estão preparadas para tomar uma decisão sobre os produtos que vão consumir	20	18	23	16	23	19	24	22	24	22	16
As crianças, alunos vão pedir para os pais comprarem os produtos anunciados na escola	19	16	21	12	21	21	24	18	24	22	13
Fazem as crianças ficarem consumistas	18	17	19	16	16	17	22	20	18	20	16
Pessoas estranhas à escola podem ter influência nas crianças, nos alunos	17	15	18	12	18	19	21	15	21	18	13
Base: População 16 anos ou mais	2061	996	1065	509	476	409	398	269	596	940	740

Em %

É correto as empresas fazerem propaganda dentro da escola?

	TOTAL	Classe econômica			Escolaridade			Renda familiar mensal			
		A/ B	C	D/ E	Funda- mental	Médio	Supe- rior	Até 2 S.M.	Acima de 2 a 3 S.M.	Acima de 3 a 5 S.M.	Acima de 5 S.M.
DISCORDA	61	55	61	67	65	58	59	64	62	58	58
Escola não é lugar de vender produtos	33	31	33	34	35	31	31	33	33	32	35
Não tem nada a ver com educação, não educa a criança	23	23	24	23	25	23	19	23	24	23	22
As crianças, alunos podem ser levados a consumir produtos que não são bons para elas	22	21	22	24	25	19	23	22	24	20	29
As crianças não estão preparadas para tomar uma decisão sobre os produtos que vão consumir	20	20	19	23	21	18	26	19	20	21	25
As crianças, alunos vão pedir para os pais comprarem os produtos anunciados na escola	19	14	20	22	22	17	15	21	20	15	15
Fazem as crianças ficarem consumistas	18	19	19	15	18	17	22	18	15	19	26
Pessoas estranhas à escola podem ter influência nas crianças, nos alunos	17	15	18	17	17	16	19	18	19	14	15
Base: População 16 anos ou mais	2061	541	1106	414	936	840	277	907	400	587	98

Propaganda de alimentos dirigida às crianças

-pais de crianças até 11 anos-

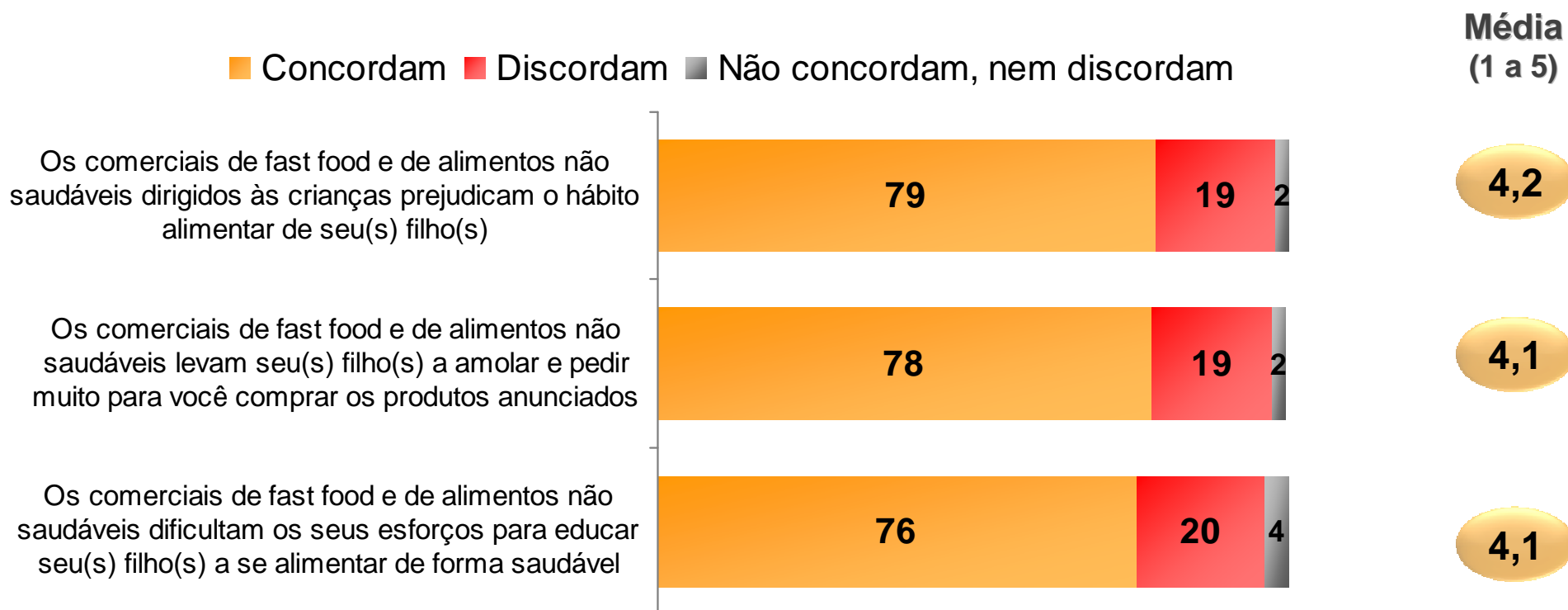


Propaganda de alimentos dirigida às crianças

(Estimulada e única – escala de 5 pontos)

38

Em %



A grande maioria dos **pais e mães de crianças até 11 anos** declara concordância com relação à influência dos comerciais de fast food e de alimentos não saudáveis para os filhos → 3 em cada 4 concordam que esses comerciais:

- ☞ prejudicam o hábito alimentar de seus filhos,
- ☞ levam os filhos a pedir muito para comprar os produtos anunciados
- ☞ e prejudica os esforços dos pais para educar os filhos a se alimentar de forma saudável.

A concordância é generalizada, em todos os segmentos da amostra.

Propaganda de alimentos dirigida às crianças

(Estimulada e única – escala de 5 pontos)

Em %

**Concorda totalmente
+ concorda em parte**

	TOTAL	Região				Natureza do município	
		Sul	Sudeste	Norte/ Centro-Oeste	Nordeste	Capital + Região Metropolitana	Interior
Os comerciais de fast food e de alimentos não saudáveis dirigidos às crianças prejudicam o hábito alimentar de seu(s) filho(s)	79	82	79	79	77	79	79
Os comerciais de fast food e de alimentos não saudáveis levam seu(s) filho(s) a amolar e pedir muito para você comprar os produtos anunciados	78	82	77	73	80	77	79
Os comerciais de fast food e de alimentos não saudáveis dificultam os seus esforços para educar seu(s) filho(s) a se alimentar de forma saudável	76	77	70	76	82	73	77
Base: População 16 anos ou mais que tenham filhos com até 11 anos	596	74	232	107	183	236	360

Propaganda de alimentos dirigida às crianças

(Estimulada e única – escala de 5 pontos)

Em %

**Concorda totalmente
+ concorda em parte**

	TOTAL	Sexo		Idade				Filhos	
		Mascu- lino	Femi- nino	16 a 24 anos	25 a 34 anos	35 a 44 anos	45 anos ou mais	Filhos até 11 anos	Filhos com 12 anos ou mais
Os comerciais de fast food e de alimentos não saudáveis dirigidos às crianças prejudicam o hábito alimentar de seu(s) filho(s)	79	80	78	77	82	74	80	79	77
Os comerciais de fast food e de alimentos não saudáveis levam seu(s) filho(s) a amolar e pedir muito para você comprar os produtos anunciados	78	82	75	71	81	74	83	78	78
Os comerciais de fast food e de alimentos não saudáveis dificultam os seus esforços para educar seu(s) filho(s) a se alimentar de forma saudável	76	78	74	72	78	70	90	76	75
Base: População 16 anos ou mais que tenham filhos com até 11 anos	596	275	321	70	282	190	54	596	226

(*) Base insuficiente para análise estatística

Propaganda de alimentos dirigida às crianças

(Estimulada e única – escala de 5 pontos)

Em %

Concorda totalmente + concorda em parte

	TOTAL	Classe econômica			Escolaridade			Renda familiar mensal			
		A/ B	C	D/ E	Funda- mental	Médio	Supe- rior	Até 2 S.M.	Acima de 2 a 3 S.M.	Acima de 3 a 5 S.M.	Acima de 5 S.M.
Os comerciais de fast food e de alimentos não saudáveis dirigidos às crianças prejudicam o hábito alimentar de seu(s) filho(s)	79	78	80	77	78	81	71	79	82	76	80
Os comerciais de fast food e de alimentos não saudáveis levam seu(s) filho(s) a amolar e pedir muito para você comprar os produtos anunciados	78	76	79	78	79	80	69	78	79	76	75
Os comerciais de fast food e de alimentos não saudáveis dificultam os seus esforços para educar seu(s) filho(s) a se alimentar de forma saudável	76	73	78	74	76	76	75	77	79	73	72
Base: População 16 anos ou mais que tenham filhos com até 11 anos	596	130	334	132	263	262	70	289	114	163	19*

(*) Base insuficiente para análise estatística

Sumário conclusivo

- A maioria da população brasileira a partir de 16 anos (56%) não considera correto as empresas fazerem propaganda dentro das escolas → há discordância quanto à realização de propaganda nas escolas, porém é discreta, não consensual.
- As razões da oposição à propaganda nas escolas estão relacionadas a dois fatores:
 - Escola não é local adequado para venda ou propaganda de produtos → é uma atividade que não tem nada a ver com a Educação.
 - Aliado a isto, a influência da propaganda nas escolas pode ter efeitos indesejáveis, como induzir as crianças ao consumo de produtos que não são bons para elas → em resumo, as crianças não estão preparadas para tomar uma decisão sobre os produtos que vão consumir.



Aqueles que têm filhos compartilham um pouco mais dessa opinião → 59% são contrários à propaganda nas escolas, em comparação com 49% entre os que não têm filhos.



O percentual é o mesmo (59%), independente da idade dos filhos.

- **Falando apenas do público constituído pelos pais e mães de crianças até 11 anos de idade, a pesquisa demonstra que eles são afetados e denotam preocupação com a propaganda de alimentos dirigida às crianças.**
- **A grande maioria (entre 76% e 79%) concorda que os comerciais de fast food e alimentos não saudáveis dirigidos às crianças...**



... prejudicam o hábito alimentar de seus filhos



... levam seus filhos a “amolar” e pedir muito para comprar os produtos anunciados



... e dificultam os esforços para educar os seus filhos a se alimentar de forma saudável



Datafolha
INSTITUTO DE PESQUISAS