



CENTRO PAULA SOUZA



ETEC "PROFª. ANNA DE OLIVEIRA FERRAZ"

CURSO TÉCNICO EM NUTRIÇÃO E DIETÉTICA

ANA MARIA MENDES

BIANCA DE ALMEIDA

BRUNA ROBERTA ROA

MAIARA LUIZA CRUZ PASSOS

VANESSA CRISTINA GOTARDI

REFRIGERANTE

REFRIGERANTE UMA OPÇÃO OU UMA ESCOLHA?

ARARAQUARA
2014



CENTRO PAULA SOUZA



ETEC "PROFª. ANNA DE OLIVEIRA FERRAZ"
CURSO TÉCNICO EM NUTRIÇÃO E DIETÉTICA

ANA MARIA MENDES
BIANCA DE ALMEIDA
BRUNA ROBERTA ROA
MAIARA LUIZA CRUZ PASSOS
VANESSA CRISTINA GOTARDI

REFRIGERANTE
REFRIGERANTE UMA OPÇÃO OU UMA ESCOLHA?



ARARAQUARA
2014

ANA MARIA MENDES
BIANCA DE ALMEIDA
BRUNA ROBERTA ROA
MAIARA LUIZA CRUZ PASSOS
VANESSA CRISTINA GOTARDI

REFRIGERANTE **REFRIGERANTE UMA OPÇÃO OU UMA ESCOLHA?**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado
a ETEC "Prof.^a Anna de Oliveira Ferraz", do
Centro Estadual de Educação Tecnológica
Paula Souza, como requisito para a obtenção
do título de Técnico em Nutrição e Dietética
sob a orientação do(a) Professor(a) Patricia
Meciano Simone Barreto

ARARAQUARA
2014

AGRADECIMENTOS

A Deus, por ter permitido que este trabalho fosse realizado e por ter nos dado a oportunidade de concretizar e encerrar mais uma caminhada de nossas vidas.

Aos pais, por terem nos dado a vida e por nos ensinar a sermos pessoas honestas e responsáveis.

Aos professores, por terem nos ensinado a sermos pessoas responsáveis e por nos dado a oportunidade de concretizar e encerrar mais uma caminhada de nossas vidas.

Aos amigos, por terem nos dado a oportunidade de concretizar e encerrar mais uma caminhada de nossas vidas.

Aos colegas de curso, por terem nos dado a oportunidade de concretizar e encerrar mais uma caminhada de nossas vidas.

A todos, por terem nos dado a oportunidade de concretizar e encerrar mais uma caminhada de nossas vidas.

Dedicamos este trabalho à nossa família, professores e amigos que nos apoiaram a todo o momento, e nos deram a oportunidade de concretizar e encerrar mais uma caminhada de nossas vidas, pois sem a ajuda, confiança e compreensão de todos, este sonho não teria se realizado.

AGRADECIMENTO

A Deus que iluminou os nossos caminhos durante esta caminhada, e nos ofereceu esta grande oportunidade de estar concluindo o curso.

À Prof^a.Patricia Meciano Simone Barreto nossa orientadora pelo seu apoio e paciência.

A Etec Prof^a Anna de Oliveira Ferraz que nos ofereceu a oportunidade de realizar o curso e que disponibilizou os laboratórios e matérias necessários.

Aos professores por despertar o interesse nas aulas, o carinho e a paciência.

Aos colegas de classe que sempre nos apoiaram e ajudaram nos momentos serenos e ou apreensivos

A todos aqueles que de uma forma ou de outra contribuíram para a construção do nosso TCC.

ALBERT EINSTEIN.

RESUMO

Refrigerante é uma bebida carbonatada, com alto poder refrescante encontrada em diversos sabores e teve origem em farmácias. O americano Joseph Priestley criou um meio de produzir água gaseificada, mas foi John Mathews que desenvolveu o primeiro xarope de limão, a soda limonada. Este trabalho justifica-se pelo consumo excessivo do refrigerante pela população em geral, ressaltando seus mitos e verdades e a ação do marketing de cada tipo de refrigerante sobre a população, além de analisar a praticidade de seu consumo interferindo na qualidade de vida da população. O objetivo deste foi demonstrar os prós e os contras do consumo do refrigerante, para garantia da saúde da população. Assim foi realizada uma pesquisa de campo com 25 adultos em Araraquara e cidades da região avaliando o consumo diário de refrigerante e a ação do marketing sobre a população. Observou-se que a maior parte dos entrevistados consome refrigerante, e este consumo é feito semanalmente, a preferência é pelos refrigerantes normais. Relatam que não se sentem influenciados pelas propagandas e que ingerem o refrigerante porque gostam. Poucas pessoas optam pelos refrigerantes light, diet e zero e poucos sabem o verdadeiro significado de ambos. Com isso pode-se concluir que, mesmo sabendo os malefícios que o refrigerante provoca ao organismo, este não é deixado de ser consumido.

Palavras-chave: REFRIGERANTE. POPULAÇÃO. CONSUMO.

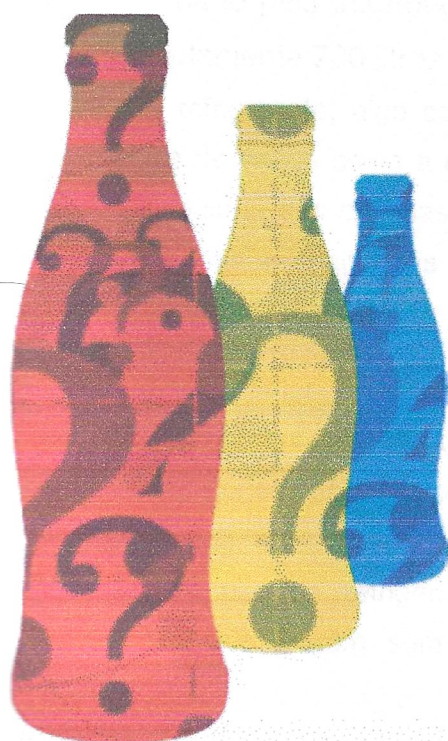
ABSTRACT

A refrigerant carbonated beverage with high cooling power found in several flavors, originated in pharmacies. The American Joseph Priestley created a means of producing carbonated water, but it was John Mathews developed the first lemon syrup, lemonade soda. This work is justified by the excessive consumption of soda by the general population, underscoring its myths and truths. Also, knowing the action of the marketing of each type of refrigerant on the population, and also examine the practicality of its use interferes with quality of life. With the overall aim to demonstrate the pros and cons of the consumption of soda, to ensure the health of the population. Conducted the study with a questionnaire and in Araraquara region, assessing the daily consumption of soda, and the action of marketing on the population. It was observed that most of the respondents consume soda, and this consumption is done weekly, with preference for regular soda even aware of the damage that drinking brings yet still consume. Report that they do not feel influenced by the advertisements, because they like to drink. Few people opt for light soft drinks, diet and zero, and few know the true meaning of both. Concluding that, even knowing the harm that soda causes our body is not left to be consuming.

Keywords: Refrigerant. Population. Consumption.

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO.....	09
2. JUSTIFICATIVA.....	12
3. OBJETIVOS.....	14
3.1. Objetivo Geral.....	15
3.2. Objetivos Específicos.....	15
4. DESENVOLVIMENTO.....	16
5. METODOLOGIA.....	24
6. RESULTADOS E DISCUSSÃO.....	26
7. CONCLUSÃO.....	34
REFERÊNCIAS.....	36
ANEXOS.....	40
APÊNDICES.....	44



1. INTRODUÇÃO

O refrigerante surgiu em 1676 em Paris, numa empresa que misturou água, sumo de limão e açúcar. Naquela época, não havia ainda descoberto a água misturada ao gás carbônico. Em 1772, Joseph Priestley realizou experiências acrescentando gás em líquidos, mas foi somente comercializado em 1830. Possui aroma sintético de fruta e gás carbônico (HISTÓRIA DO REFRIGERANTE, 2009).

O consumo de alimentos líquidos numa população pode ser dimensionado pela informação aceita no mercado de que uma pessoa ingere aproximadamente 700 litros de bebidas por ano (SILVA; YANG; COSTA, 2006).

O refrigerante, algo comum em nosso dia-a-dia, pode estar ligado a vários problemas de saúde como a osteoporose. Alguns possuem substância cancerígena, porém a maioria das pessoas não tem acesso a esse tipo de informação, pois não aparecem nas propagandas dessas bebidas (CONSUMO DE REFRIGERANTE, 2009).

O alto valor calórico dos refrigerantes, proveniente da concentração de açúcares, contribui para a obesidade. E os aditivos neles contidos, tais como acidulantes conservantes e corantes artificiais são substâncias que podem causar males à saúde, como câncer, processos alérgicos, hiperatividade etc. Há associações também do uso de refrigerantes com celulites subcutâneas, estrias, alterações gastrointestinais, porém sem apresentarem comprovação científica (CARVALHO, 2006).

Do ponto de vista nutricional, os refrigerantes são verdadeiramente calorias vazias, ou seja, não conseguem agregar à saúde das crianças e adolescentes nenhum nutriente importante e adequado às necessidades nutricionais de crescimento e desenvolvimento (WIRTH, 2010).

O termo diet e light é muito utilizado nos rótulos dos alimentos, podendo confundir o consumidor no momento de adquirir algum produto. Não basta confiar na classificação carimbada na embalagem. É importante conferir a composição no rótulo, para saber se têm as características necessárias para quem vai consumir. No caso de restrição de sódio, por exemplo, ela precisa estar bem clara. Quando o objetivo é emagrecer, deve ser comparado o valor calórico do produto com similares – light ou não (CARVALHO; VIEIRA; CORNÉLIO, 2007).

Consequentemente, somente nos últimos anos teve início as pesquisas promovidas por profissionais que estavam demonstrando uma devida preocupação com a saúde das pessoas que consomem as bebidas industrializadas. E essas pesquisas envolvem várias temáticas (odontologia, ortopedia, química, biologia) procurando entender os efeitos negativos que estão presentes no organismo, mas para podermos compreender esses efeitos é fundamental salientarmos que as bebidas industrializadas, principalmente os refrigerantes, apresentam um pH baixo, o que é indicação de acidez (SOBRAL et al., 2000).

Observa-se que todo o aumento no consumo das bebidas industrializadas, com ênfase nos refrigerantes está muito relacionado com uma postura agressiva dos produtores aliadas à mídia, somados com o universalismo do mundo ocidental perpetuando um entendimento dessas bebidas como complemento às nossas refeições. E com essa compreensão proporcionada pelas indústrias provocou o surgimento de algumas doenças que até então não estavam presentes comumente nas nossas vidas. Nas quais, se deu início às pesquisas sem muita vinculação às bebidas industrializadas. No entanto, nos últimos anos as investigações científicas começaram a diagnosticar uma relação com o consumo dos refrigerantes de maneira acerbada (FISBERG; AMANCIO; LOTTERNBERG, 2011).

Prevenir significa diminuir, de uma forma racional e barata, a incidência de doenças crônicas não transmissíveis, crônico-degenerativas e as doenças cardiovasculares. Assim, a escola é um grande palco onde esse trabalho de prevenção pode ser realizado em conjunto com a família, tendo em conta que tanto o consumo alimentar em casa quanto a merenda escolar devem priorizar o atendimento às necessidades nutricionais das crianças, não só em quantidade, como também em qualidade, sendo ainda um agente formador de hábitos saudáveis. Estratégias educativas que enfatizem a redução do consumo de refrigerantes e de alimentos com açúcares devem ser adotadas, como, por exemplo, o incentivo à substituição de refrigerantes e outras bebidas contendo açúcar por sucos de frutas e outras bebidas naturais e hidratantes, como alternativas nutritivas e menos calóricas (RIBEIRO et al., 2012).



2. JUSTIFICATIVA

Este trabalho justifica-se pelo consumo excessivo do refrigerante pela população em geral, além de ressaltar seus mitos e verdades e conhecer a ação do marketing de cada tipo de refrigerante sobre a população, além de analisar a praticidade de seu consumo interferindo na qualidade de vida da população.

3. OBJETIVOS

3.1 Objetivo Geral

- ✓ Demonstrar os pontos de consumo de refrigerante, para garantir a saúde da população.

3.2 Objetivos Específicos

- ✓ Identificar o consumo de refrigerante em diferentes regiões.
- ✓ Avaliar a qualidade da água utilizada no consumo de refrigerante.



3. OBJETIVOS

3.1 Objetivo Geral

- ✓ Demonstrar os prós e os contras do consumo do refrigerante, para garantia da saúde da população.

3.2 Objetivos Específicos

- ✓ Identificar o consumo de refrigerante em adultos de Araraquara e região.
- ✓ Apresentar a influencia do marketing sobre o consumidor.
- ✓ Conhecer os efeitos do processo da gaseificação no organismo humano

4. DESENVOLVIMENTO

4.1 HISTÓRIA DO REFRIGERANTE

Refrigerante é uma bebida não alcoólica, carbonatada, com alto poder refrescante encontrada em diversos sabores. A indústria de refrigerante surgiu em 1871 nos Estados Unidos. No Brasil, os primeiros registros remontam a 1906, mas somente na década de 1920 é que o refrigerante entrou definitivamente no cotidiano dos brasileiros (ABIR, 2007a).

O refrigerante teve origem em farmácias, numa época em que eram populares as *propriedades medicinais das fontes de águas minerais para curar várias enfermidades*. Joseph Priestley já criara em 1767 um meio de produzir água gaseificada, mais tarde em 1832 seu conterrâneo John Mathews desenvolveu um aparato que fazia o mesmo, mas no balcão da farmácia. Primeiro foi xarope de limão – e estava criada a soda limonada. Depois vieram as misturas com morango, noz-de-cola – um fruto africano parente do cacau, rico em cafeína – e ginger-ale, feito de gengibre. As três maiores marcas norte-americanas atuais foram criadas num espaço de pouco mais de dez anos, por três ex-farmacêuticos. Charles Alderton inventou a fórmula da Dr. Pepper, em 1885. Um ano depois, John Pemberton criou uma à base de noz-de-cola, folhas de coca e outros ingredientes, a Coca-Cola. Em 1898, surgiu a Pepsi-Cola, que usava a mesma noz-de-cola e uma enzima para “ajudar na digestão”, a pepsina (COMO SURTIU O REFRIGERANTE, 2007).

Em 1942, no Rio de Janeiro, foi instalada a primeira fábrica de refrigerantes e o Brasil é o terceiro produtor mundial de refrigerantes, depois dos Estados Unidos e México (PALHA, 2005; ROSA, 2006).

De acordo com Palha (2005), os ingredientes que compõem a formulação do refrigerante têm finalidades específicas e devem se enquadrar em padrões estabelecidos que são:

-Água: Ela constitui cerca de 88% do produto final e precisa preencher certos requisitos para ser empregada na manufatura de refrigerante.

- *Baixa alcalinidade*: Carbonatos e bicarbonatos interagem com ácidos orgânicos, como ascórbico e cítrico, presentes na formulação, alterando o sabor do refrigerante, pois reduzem sua acidez e provocam perda de aroma;
- *Sulfatos e cloretos*: Auxiliam na definição do sabor, porém o excesso é prejudicial, pois o gosto ficará demasiado acentuado;
- *Cloro e fenóis*: O cloro dá um sabor característico de remédio e provoca reações de oxidação e despigmentação, alterando a cor original do refrigerante. Os fenóis transferem seu sabor típico, principalmente quando combinado com o cloro (clorofenóis);
- *Metais*: Ferro, cobre e manganês que aceleram reações de oxidação, degradando o refrigerante;
- *Padrões microbiológicos*: É necessário um plano de higienização e controle criterioso na unidade industrial, que garantam à água todas as características desejadas: límpida, inodora e livre de microrganismos.
- *Açúcar*: É o segundo ingrediente em quantidade (cerca de 11%). Ele confere o sabor adocicado, “encorpa” o produto, juntamente com o acidulante, fixa e realça o paladar e fornece energia. A sacarose é o açúcar comumente usado (açúcar cristal).
- *Concentrados*: Conferem o sabor característico à bebida e são compostos por extratos, óleos essenciais e destilados de frutas e vegetais.
- *Acidulante*: Regula a doçura do açúcar, realça o paladar e baixa o pH da bebida, inibindo a proliferação de microrganismos. Todos os refrigerantes possuem pH ácido (2,7 a 3,5 de acordo com a bebida).

4.2 MALEFÍCIOS E CONSUMO DO REFRIGERANTE

Uma pesquisa mostra que os adoçantes artificiais usados em refrigerantes também trazem malefícios à saúde. As doenças hepáticas causadas por bebidas não alcoólicas tiveram um grande aumento, devido a uso excessivo do xarope de milho, rico em frutose encontrado em vários refrigerantes e ricos em calorias. O refrigerante é a principal causa do crescimento da obesidade do mundo, o seu pH é bastante baixo o que danifica o esmalte dos dentes, causando caries e outro problema dentários (RONDÓ, 2011).

Os corantes usados provocam reações alérgicas. Em função de a bebida ter muito sódio, dificulta a absorção do cálcio, elemento importante para a vida. Assim, os pais devem se orientados para que as crianças não bebam refrigerantes antes dos dois anos de idade (REFRIGERANTE EM EXCESSO, 2012).

Pode-se dizer que em função do pH do estômago ser ácido, o refrigerante reforça o trabalho do suco gástrico auxiliando no processo digestivo e ajudando a minimizar o enjôo (GUERCHON; SILVA; WELIKSON, 2006).

Especialistas afirmam que exageros podem desencadear sérios problemas de saúde e a alta concentração de açúcares contribui para diabetes e obesidade. Um indivíduo que ingere muito refrigerante apresenta dificuldade em digerir os alimentos e aumento da acidez estomacal, podendo provocar gastrite. O fósforo presente pode potencializar o desenvolvimento da osteoporose, entre outras doenças (REFRIGERANTE EM EXCESSO, 2012).

O Brasil é o terceiro maior consumidor de refrigerante do mundo chegando a um consumo de 70 litros por ano/pessoa (MITOS E VERDADE, 2014).

Nos anos 1970 e 1980 um litro de refrigerante servia uma família de quatro pessoas, hoje são cerca de 94 ml por dia, um aumento de cerca de 500 % e assim houve o surgimento de muitos mitos sobre a ingestão do líquido doce e borbulhante e há pelo menos uma grande unanimidade: seu valor nutritivo é insignificante (DUILO, 2013).

No ano de 1920 no Brasil os refrigerantes começavam a fazer parte da mesa e do dia-a-dia da população brasileira, deixando para trás, as outras opções em bebidas como sucos (ABIR, 2007).

Em meados de 2004 o mercado nacional cresceu 165% notando-se a participação de refrigerantes regionais. Segundo o ministro Alexandre Padilha 29,8 % dos brasileiros consomem refrigerante 5 vezes por semana e isso se deve pela vida corrida, falta de tempo de irem almoçar em seus lares e não podendo fazer uma jarra de suco (CARVALHO, 2013).

A praticidade do consumo do refrigerante esta no fato deles virem prontos, suas embalagens e recipientes são fáceis de abrir e seu prazo de validade é maior do que os produtos in natura, facilitando o seu armazenamento (CARMO, 2006).

A preocupação esta nas substituições de bebidas saudáveis como leites e sucos naturais por refrigerante (SALGADO, 2007).

Apesar do acréscimo de vitaminas e minerais nos refrigerantes, eles ainda devem ser evitados e substituídos por águas de coco, sucos naturais, chás etc (NUTRA E VIVA, 2011).

4.3 LIGHT E DIET

Nos anos 80 produtos diet e light eram constituídos de adoçantes dietéticos, sua comercialização era feita apenas em farmácias, pois eram considerados medicamentos, tinham fiscalização da Vigilância Sanitária de Medicamentos. A partir de 1988 passou a ser considerado alimento e controlados pela Vigilância Sanitária de Alimentos (HARA, 2003).

Após mudanças do comportamento do consumidor, há uma maior preocupação com o corpo e a saúde. A sociedade está tolerando cada vez menos a gordura, optam por uma vida mais saudável, fazendo academias, optando por alimentos diet e light, e alimentos menos calóricos (SOUZA, 2006).

A escolha de produtos light e diet é crescente em função da busca por qualidade de vida e saúde e tornaram-se mais evidentes nos centros urbanos (HARA, 2003).

Todos os consumidores devem estar cientes sobre o significado de diet e light, assim como as suas informações em rótulos (VILELA, 2000).

Segundo Lasi (2012) os produtos light apresentam uma redução mínima de 25% em alguns nutrientes ou calorias, comparados ao alimento convencional e os produtos diet são os isentos de algum nutriente (açúcar, proteína ou gordura) em sua formula.

Os produtos diet foram desenvolvidos para atender a grupos específicos, como as pessoas que sofrem com diabetes ou hipertensão; já os produtos light são indicados a pessoas saudáveis que optam pelos produtos com menos calorias, tais como consumidores que buscam o bem estar, manutenção da saúde ou redução de peso (ALIMENTOS LIGHT E DIET, 2011).

Pelo fato do refrigerante light e diet conterem adoçantes artificiais, seu uso deve ser controlado, não frequente e abusivo (ROSSI; VALLINOT, 2010), pois apresentam altas taxas de sódio, aumentando os riscos de hipertensão e problemas renais. A ANVISA determinou a redução de sacarina e do ciclamato, pelo teor de sódio que estas agregam ao refrigerante (WIRTH, 2010).

O Benzoato de sódio é um conservante utilizado em alguns refrigerantes e pode ocorrer reações formando benzeno, tendo o risco de neoplasias, se ingeridos por longos períodos (ROSSI; VALLINOT, 2010).

Os refrigerantes diet e light, por não possuírem calorias, viraram acompanhantes de refeições calóricas. Mas, em contra partida, esse tipo de refrigerante tem ingredientes artificiais como acidulantes e corantes, não recomendados em excesso. Mas há também cafeína que ajuda a diminuir a fadiga e possui ação diurética, mas influencia na aparição de hipertensões e taquicardia quando consumido em excesso (GERAIX, 2008).

O Inca (2014) mostra que ao todo, 76% dos adultos bebem refrigerantes e sucos artificiais, ao menos uma vez por semana e 27,9%, cinco vezes ou mais na semana. O consumo quase que diário aumentou 13,4% em um ano e entre os jovens de 18 a 24 anos, a popularidade dos refrigerantes é ainda maior, sendo que 42,1% tomam refrigerantes quase todos os dias. Apesar de o mercado oferecer cada vez mais versões com menos açúcar, como os diet e os light, somente 15% dos brasileiros optam por eles.

4.4 INFLUENCIA DE PROPAGANDAS

Desde cedo à televisão influencia no comportamento das pessoas e as empresas usam técnicas para encorajar o consumo de seus produtos. A maioria dos comerciais são de alimentos ricos em açúcar e as (MOURA, 2010).

De certa forma, a mídia utiliza formas com recursos como, pessoas, desenhos, artistas etc. Existem algumas formas positivas ou de repudia sempre tentando conquistar um publico alvo, às vezes até com frases ou imagens distorcidas, inventando comportamentos errôneos (BATISTA et al., 2008).

A influência dos comerciais atinge o comportamento do consumidor, tendo como intenção estimular a aceitação de venda. As crianças são os mais atingidos, adotam um comportamento de exigências em relação ao produto que almejam (MOURA, 2010).

A concorrência de refrigerantes é muito grande, existem grandes variedades e sabores, adotam diferentes estratégias para atingir seu publico alvo, utilizam até um preço mais baixo. O público mais atingido por influencia das propagandas são as crianças e os adolescentes (SILVA; YANG; COSTA, 2007).

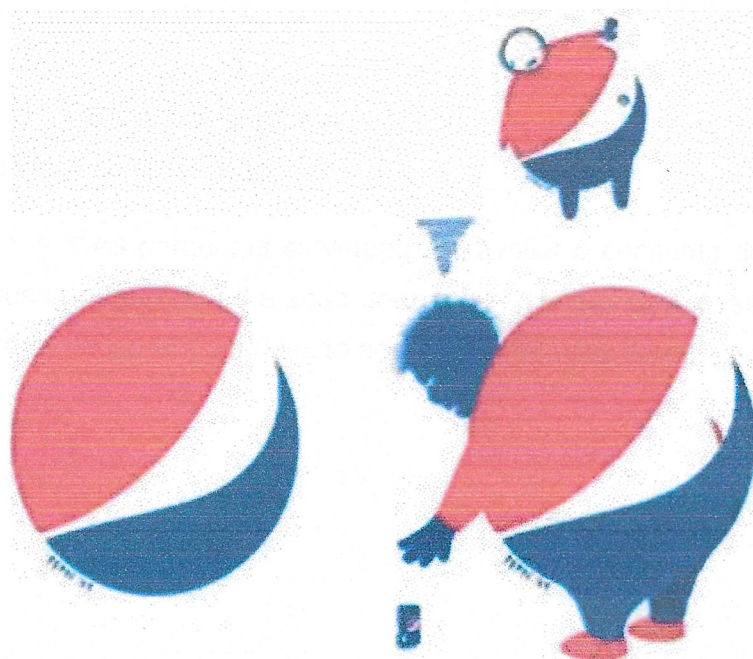
Os consumidores sempre pensam nos custos, benefícios, conforto e status, e principalmente nas marcas que consomem. As propagandas de refrigerante tentam passar cada vez mais a ideia de que é possível levar uma vida saudável, sem reduzir o uso dos mesmos (HEPÓLITO, 2005).

A coca-cola é quem melhor trabalha o seu marketing, sempre com alegria, com vídeos infantis e satisfação, vende mais a felicidade do que propriamente o líquido em si, sem contar o quanto ela induz dizendo que bebendo coca-cola mata a sede (NOGUEIRA, 2009).

5.1. POPULAÇÃO-ALVO E LOCAL DA PESQUISA

O estudo foi realizado com 25 pessoas de ambos os sexos, de Aracaju e Região, no 1º semestre do ano de 2014. Como pesquisadores a experiência e Tainá de Conde e Maria Lúcia e Escrivão T.A.S. (2014).

5.1. MÉTODOS



5. METODOLOGIA

5.1 POPULAÇÃO – ALVO E LOCAL DA PESQUISA

O estudo foi realizado com 25 pessoas de ambos os sexos, de Araraquara e Região, no 1º semestre do ano de 2014. Estes receberam e assinaram o Termo de Consentimento Livre e Esclarecido TCLE (ANEXO1).

5.1 MÉTODOS

Os entrevistados responderam a um questionário com 13 questões fechadas de fácil compreensão.

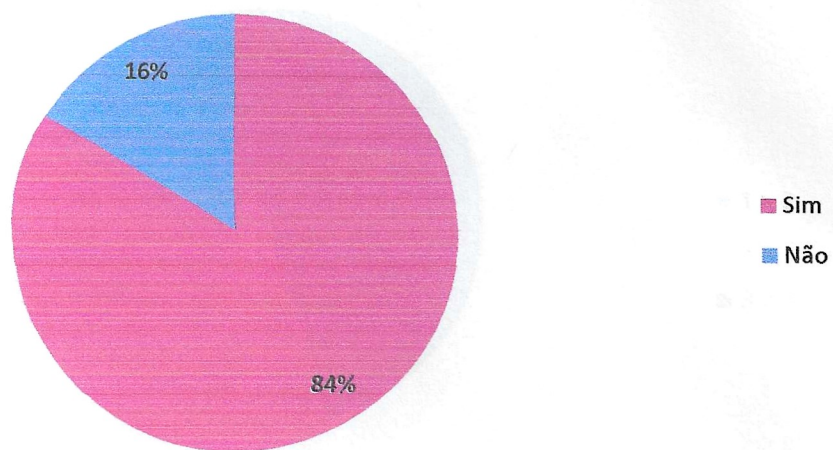
As perguntas serviram para avaliar o consumo do refrigerante no dia-a-dia, suas preferências e a ação do marketing sobre elas, observando o conhecimento que cada um possui em relação aos diferentes tipos de refrigerantes.

Consumo de Refrigerantes



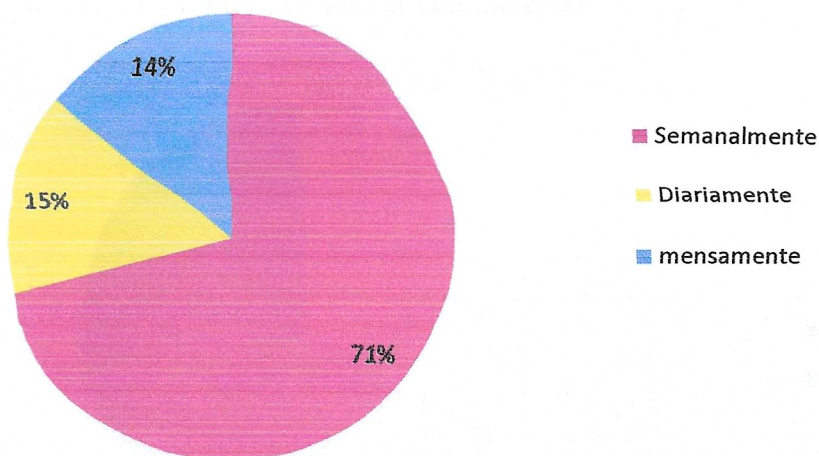
6. RESULTADOS E DISCUSSÃO

Consumo de Refrigerantes



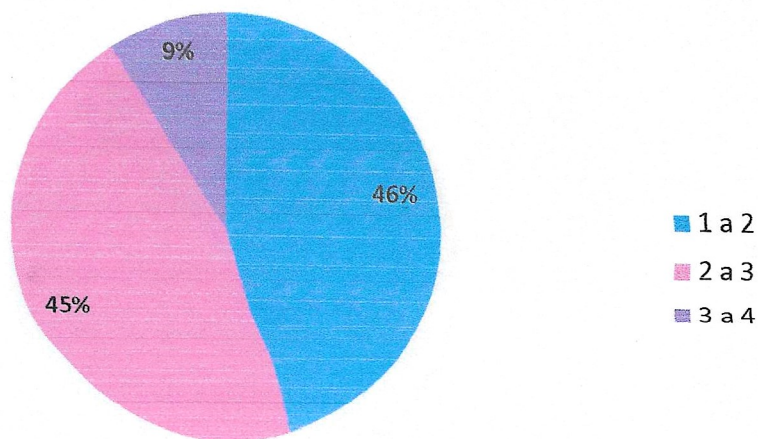
Observou-se que 84% dos entrevistados consomem refrigerantes.

Frequencia de Seu Consumo



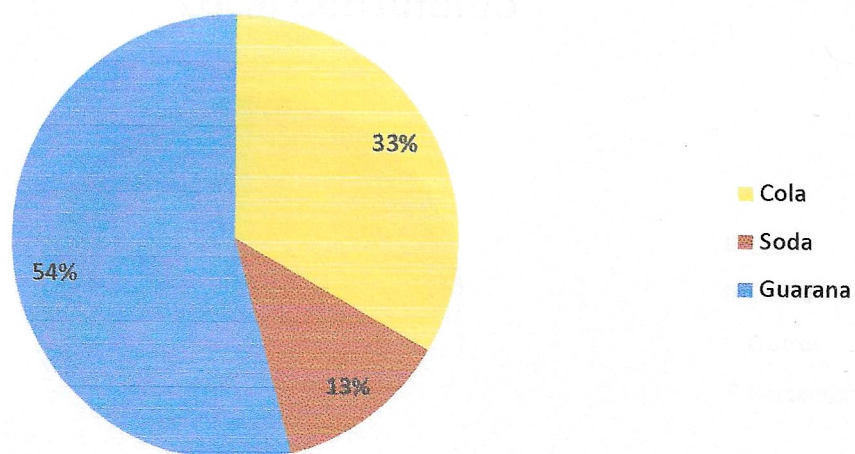
Observou-se que 71% dos entrevistados consomem refrigerantes semanalmente pela sua praticidade e sabor.

Consumo Diário



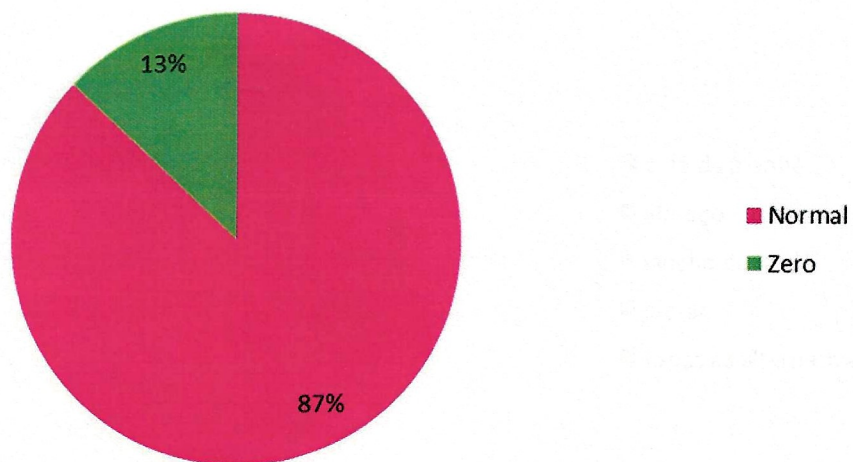
Notou-se que a grande maioria (46%) dos entrevistados consomem refrigerantes diariamente de 1 a 2 vezes ao dia, o que mostra um hábito alimentar inadequado.

Preferencia de Sabor



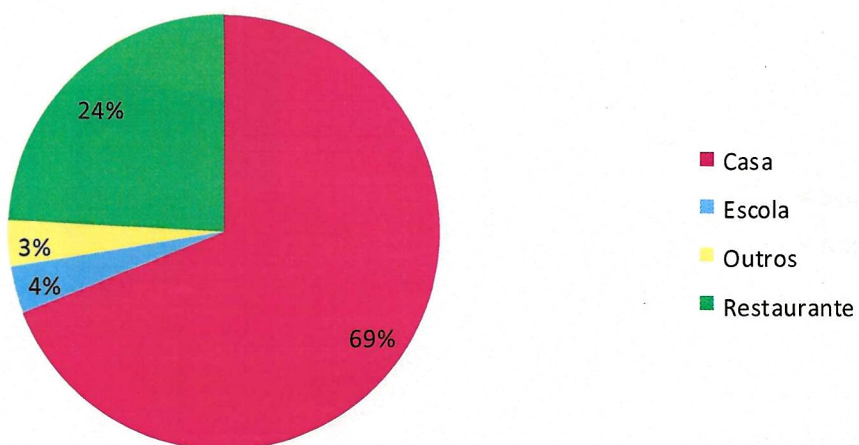
Dos entrevistados que consomem refrigerantes, observou-se que a preferencia foi pelo Guaraná.

Tipo de Refrigerante Consumido



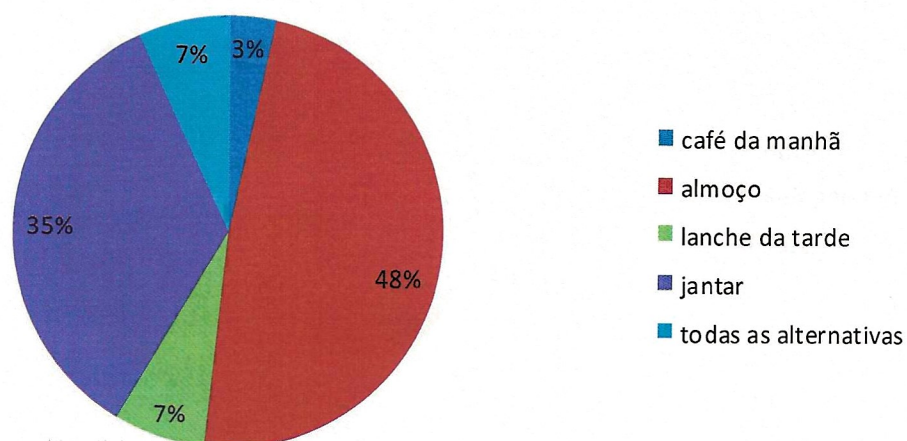
Observou-se que 87% dos entrevistados optam pelo Refrigerante Normal por ter um sabor mais agradável ao paladar da maioria, enquanto 13% referem preferir o consumo do refrigerante zero.

Local Consumido



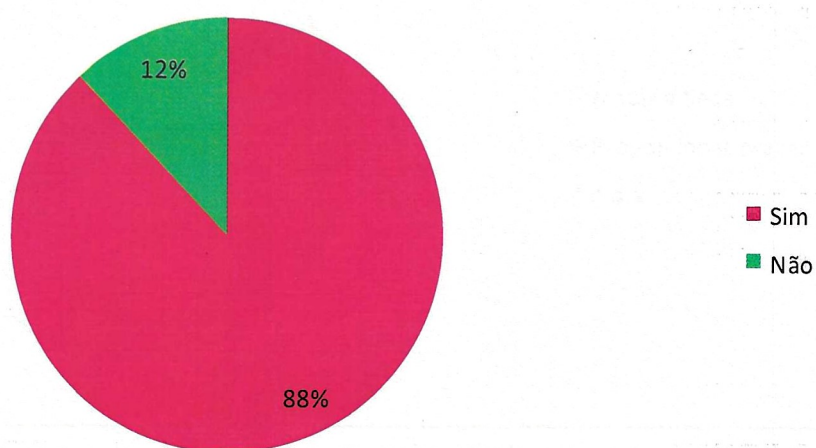
Observou-se que o maior consumo de refrigerantes está a nível domestico com um total de 69%, mostrando que ainda hoje as famílias compram e armazenam este alimento em casa.

Horário consumido



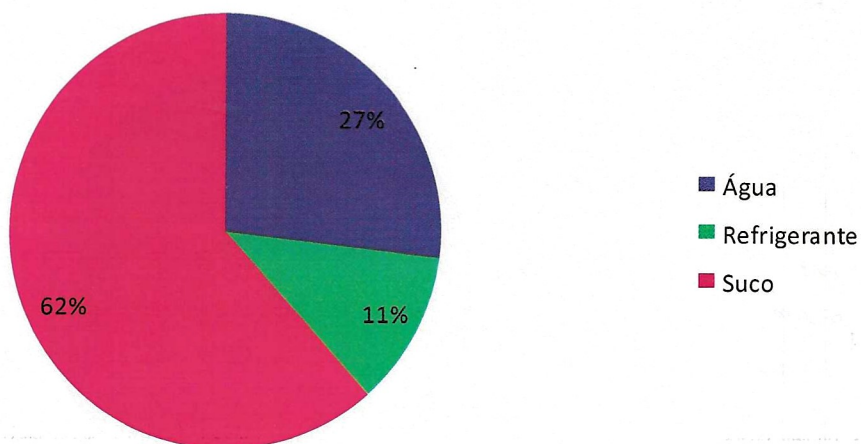
A maioria dos entrevistados que tomam refrigerantes, tem o hábito de consumi-lo durante uma refeição, principalmente na do almoço (48%), pois além de ser saboroso é prático e já se tornou costume consumi-lo em família.

Danos na Saúde



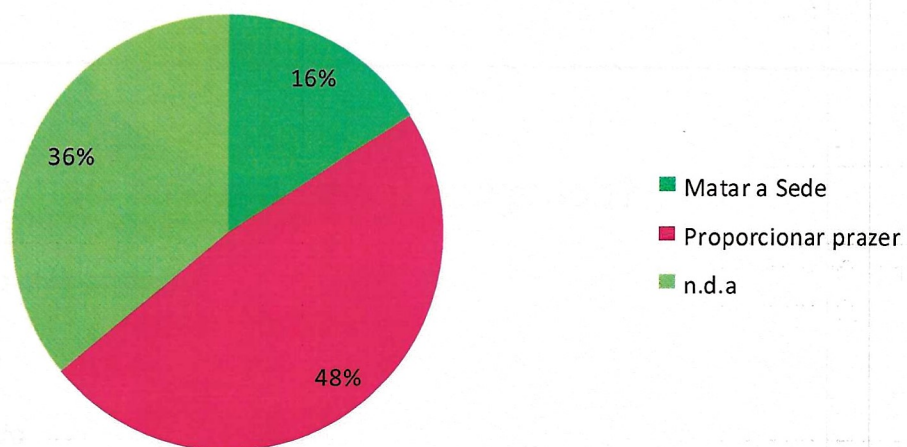
A maioria dos entrevistados (88%) referem que o refrigerante pode trazer danos nocivos à saúde, como por exemplo, a obesidade, colesterol, gastrite, osteoporose, entre outros.

Por qual Optar



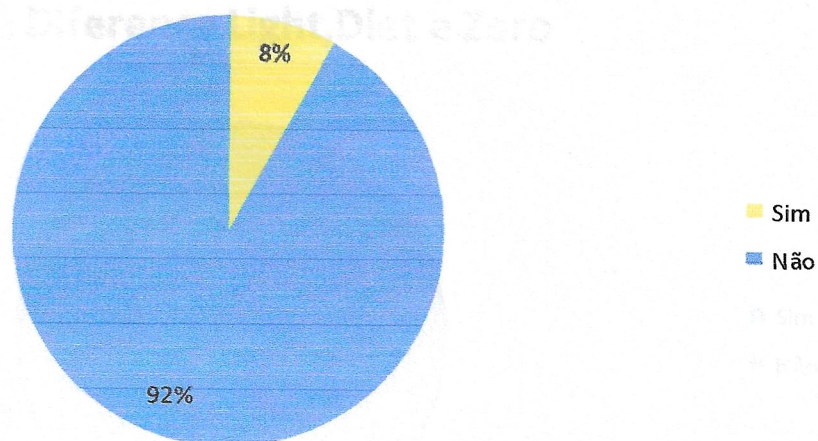
Dos entrevistados 11% optaram por Refrigerante porque gostam ou preferem seu consumo, devido ao seu doce sabor. Já os que optaram pelos sucos naturais, e / ou água, procuram um estilo de vida mais saudável.

Importancia do Refrigerante



A minoria (16%) dos entrevistados alegam beber Refrigerante no calor, por matar a sede, por gostar, ou mesmo por hábito de consumo e há aqueles que dizem ser "viciados", e necessitam ingeri-lo.

Propagandas Influenciando



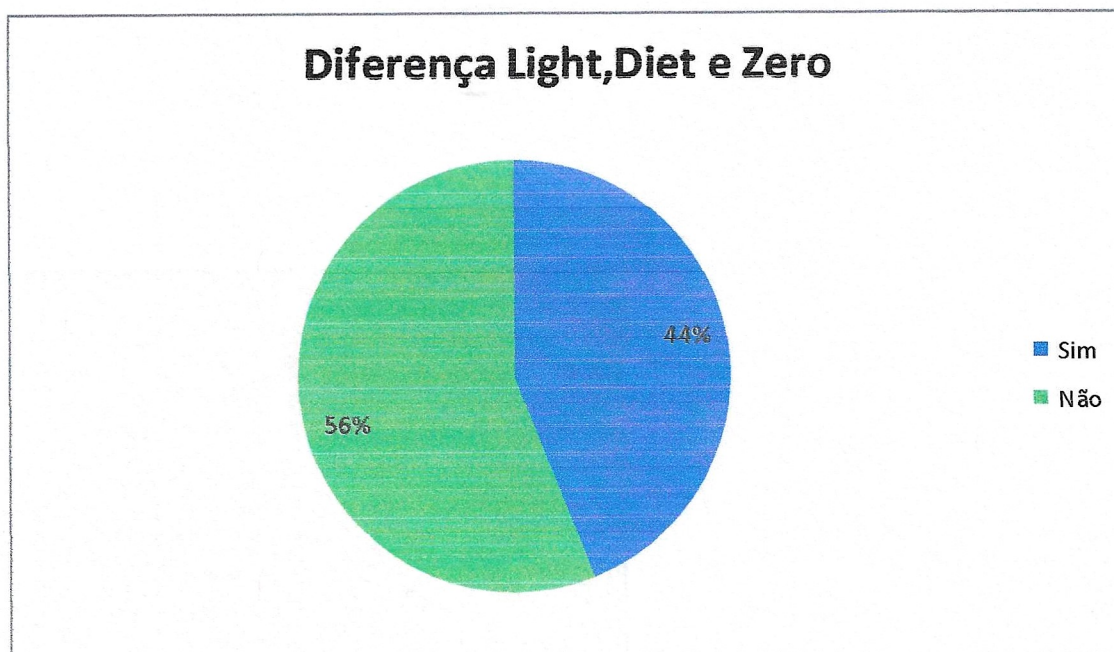
A maioria dos entrevistados não se sentem influenciados pelas propagandas, pois alegam ter apoio próprio e bebem porque gostam e não por influência midiática. Já a minoria se sentem influenciados a conhecer novos sabores.

O que mais atrai em uma propaganda?

As opiniões são divergentes:

- ☐ Produto
- ☐ Conteúdo
- ☐ Cenário

Deixando em segundo plano o produto a ser comercializado.



Os níveis de conhecimento popular, entre os entrevistados que responderam sim é elevado (56%), conhecendo a diferença entre refrigerantes light, diet e zero, enquanto 44% desconhecem.

Com base nos resultados da pesquisa e do levantamento bibliográfico, foram elaboradas as seguintes conclusões:

- O refrigerante não é bebida saudável, mas sim calórica, prejudicial e prejudicial.
- Atualmente, logo-se refrigerante com maior frequência, de tal forma que se tornou uma bebida essencial.



- O refrigerante não possui valor nutricional e contém altos níveis de açúcar e gordura, podendo causar problemas de saúde.
- O uso de comunicação persuasiva é um grande fator de influência, de tal forma que se tornou uma bebida essencial.
- Diversos tipos e sabores são colocados no mercado, de tal forma que se tornou uma bebida essencial.

7 CONCLUSÃO

- Mais uma vez, os governos que esses produtos são vendidos, de tal forma que se tornou uma bebida essencial.

Com base nos resultados da pesquisa e do levantamento bibliográfico, pode-se concluir que:

- O refrigerante não é bebida alcoólica, mas sim carbonatada, refrescante e prazerosa.
- Antigamente ingeria-se refrigerante com menos frequência, devido a condição econômica das famílias.
- Algumas famílias têm colocado em suas refeições sucos de frutas, no lugar do refrigerante até mesmo para que as crianças se interessem mais pelas frutas.
- Mediante a pesquisa realizada observou-se que entre o consumo de sucos e água, o refrigerante prevaleceu.
- A substituição do refrigerante normal, pelo diet, light ou zero pode ser uma escolha melhor, em questão do açúcar para indivíduos com diabetes, mas a quantidade de sódio é maior comparada ao refrigerante normal.
- O refrigerante pode causar alguns danos a saúde, principalmente quando consumido exageradamente, podendo até causar problemas cardíacos.
- O meio de comunicação televisiva é um grande aliado deste produto, de certa forma a mídia influencia muito as crianças e jovens.
- Diversos tipos e sabores são colocados no mercado para estimular a venda ao consumidor
- Mas como nós sabemos que esses conceitos dificilmente vão ser mudados cabe às famílias estimularem seus filhos a sentir prazer pelas frutas e seus sucos.

REFERÊNCIAS

ASIP. A Associação Brasileira das Indústrias de Refrigerante e Bebidas Não Alcoólicas. 2017a. Disponível em: <http://abira.org.br/pt-br>. Acesso em: 17 de março de 2014.

ABRA. Conselho de regulamentação associado à legislação. 2007b. Disponível em: <http://www.abra.org.br/pt-br/legislacao/legislacao-associada>. Acesso em: 20 de março de 2014.

ALIMENTOS, L. LUCHI, E. DIET, S. 2011. Disponível em: <http://www.abira.org.br/pt-br/legislacao/legislacao-associada>. Acesso em: 13 de março de 2014.

BANDOTA, L.L.; RODRIGUES, C.D. P.; BRIZANTE, J.C.; FRANCHESCHI, R. Aspectos cognitivos da percepção na propaganda. 2008. Disponível em: <http://www.abira.org.br/pt-br/legislacao/legislacao-associada>. Acesso em: 17 de março de 2014.

CARMO, M.E. Consumo de doces, refrigerantes e bebidas com adoçantes artificiais e a saúde. In: *Revista de Nutrição*, Rio de Janeiro, volume 9, nº 1, 1997.

CARMO, M.E. Consumo de doces, refrigerantes e bebidas com adoçantes artificiais e a saúde. In: *Revista de Nutrição*, Rio de Janeiro, volume 9, nº 1, 1997.

COLETTI, A.P.; CARMO, M.E. Consumo de doces, refrigerantes e bebidas com adoçantes artificiais e a saúde. In: *Revista de Nutrição*, Rio de Janeiro, volume 9, nº 1, 1997.

DIET, S. 2011. Disponível em: <http://www.abira.org.br/pt-br/legislacao/legislacao-associada>. Acesso em: 13 de março de 2014.

GERAL, S. 2011. Disponível em: <http://www.abira.org.br/pt-br/legislacao/legislacao-associada>. Acesso em: 13 de março de 2014.

QUEIROZ, J.; SILVA, A. R.; WELIKSON, C. A. O consumo de refrigerantes. 2007. Disponível em: <http://www.abira.org.br/pt-br/legislacao/legislacao-associada>. Acesso em: 13 de março de 2014.

HARA, C. M. O papel da Organização de produtos de alimentos e bebidas. 2007. Disponível em: <http://www.abira.org.br/pt-br/legislacao/legislacao-associada>. Acesso em: 13 de março de 2014.

REFERÊNCIAS

ABIR. A Associação Brasileira das Indústrias de Refrigerante e Bebidas Não Alcoólicas, 2007.a. Disponível em: < <http://abir.org.br/a-abir/>>. Acesso em: 17 de março de 2014.

ABIR. Consumo de refrigerante associado á obesidade, 2007.b. Disponível em < http://www.adolescenciaesaude.com/detalhe_artigo.asp?id_349 >. Acesso em 20 de março de 2014.

ALIMENTOS LIGHT E DIET, 2011. Disponível em <http://www.sadia.com.br/vidasaudavel/25_saude+nota+10/136_alimentos+light+e+diet/111_alimentos+light+e+diet>. Acessado em 23 de março de 2014.

BATISTA, L.L.; RODRIGUES, C.D. R; BRIZANTE, J.G; FRANCHESCI, R. Aspectos cognitivos da percepção na propaganda, 2008. Disponível em <<http://www.cienciasecognicao.org/revista/index.php/cec/article/viewFile/68/65>> Acesso em 17 de março de 2014.

CARMO, M.B; Consumo de doces, refrigerantes e bebidas com adição de açúcar entre adolescentes na rede publica de Piracicaba, Rev. Bras. Epidemiol, volume 9, nº1 p.121-130. São Paulo, 2006.

CARVALHO, I; Os riscos das bebidas isogênicas refrigerantes, controversos 2013. Disponível em <http://capaciteredacao.forum_livre.com>. Acesso em 20 de março de 2014 .

COMO SURTIU O REFRIGERANTE; 2007. Disponível em : < <http://guiadoestudante.abril.com.br/aventuras-historia/como-surgiu-refrigerante-435773.shtml>>. Acesso em 16 de março de 2014.

DULIO Victor 2013.a. Disponível < <http://extra.globo.com/noticias/saude-e-ciencia/os-mitos-as-verdades-sobre-os-refrigerantes-7977064.html>>. Acesso 10 abril 2014.

GERAIX, J. Refrigerantes Diet e light são realmente as melhores opções?, 2008. Disponível em < <http://www.vponline.com.br/blog/?p=32>>. Acesso em 16 de março de 2014.

GUERCHON, J. ;SILVA, A. R. ; WELIKSON, C. A Química no Refrigerante, 2006. Disponível em < http://web.ccead.puc-rio.br/condigital/mvsl/museu%20virtual/curiosidades%20e%20descobertas/A_Quimica_no_Refrigerante/pdf_CD/CD_quimica_no_refrigerante.pdf>. Acesso em 19 de março de 2014.

HARA C. M. O perfil do Consumidor de produtos light e diet no mercado de varejo supermercadista de Campinas, 2003. Disponível em: <<http://www.isa.utl.pt/daiat/INTEngAlimentar/trabalhos%20alunos/trabalho%205%20tema%20proposto/temas%20e%20bibliografia/produtos%20light/Minoro%20Hara.pdf>> . Acesso em 16 de março de 2014.

HIPOLITO, R. M. S. O poder da propaganda, 2005. Disponível em <<http://inesquecivelmundodaleitura.blogspot.com.br/2011/08/o-poder-da-propaganda.html>>. Acesso em 17 de março de 2014.

INCA. Como se alimenta o brasileiro, 2014. Disponível em <http://www1.inca.gov.br/conteudo_view.asp?ID=18>. Acesso em 23 de março de 2014.

LASI, B. Diet, light e zero: aprenda as diferenças entre eles, 2012. Disponível em <<http://www.webrun.com.br/h/noticias/diet-light-e-zero-aprenda-as-diferencas-entre-eles/13210>>. Acesso em 16 de março de 2014.

MITOS E VERDADES sobre o refrigerante, 2014; Disponível < <http://www.soulzenspa.com/mitos-verdades-refrigerantes/>> Acesso 10 abril 2014.

MOURA, N.C. Influencia da mídia no comportamento alimentar de crianças e adolescentes, 2010. Disponível em <[www.unicamp.br/nepa/arquivo_san/volume_17_1_2010/san_vol_17_1_2010/san_vol_17_1_NEILA\[113-122\].pdf](http://www.unicamp.br/nepa/arquivo_san/volume_17_1_2010/san_vol_17_1_2010/san_vol_17_1_NEILA[113-122].pdf)>. Acesso em 24 de março de 2014

NOGUEIRA, W. Propaganda Refrigerante, 2009. Disponível em <<http://www.wandersonnogueira.com.br/colunas/35/propaganda-de-refrigerante>>. Acesso em 18 de março de 2014

NUTRA E VIVA; Atente-se para o consumo de refrigerantes, 2011. Disponível em< <http://www.nutraeviva.com.br/Site/pilares/escolha-certa/estar-saude/atente-se-para-o-consumo-de-refrigerantes>>. Acesso em 14 de abril de 2014.

PALHA, P.G. Tecnologia do refrigerante, 2005. Disponível em: <http://connepi2009.ifpa.edu.br/connepi-anais/artigos/60_1510_1074.pdf>. Acesso em 16 de março de 2014.

REFRIGERANTE EM EXCESSO FAZ MAL, 2012. Disponível <<http://www.odiario.com/saude/noticia/570452/refrigerante-em-excesso-faz-mal/>>. Acesso 30 março 2014.

RONDO, W.E, 2011. Disponível<<http://www.minhavidacom.br/alimentacao/materias/12906-excesso-de-refrigerante-pode-causar-obesidade-e-problemas-hepaticos>>. Acesso 29 março 2014.

ROSSI, R. VALLINOT, M. O IMPACTO DO CONSUMO DE REFRIGERANTES NA SAÚDE DE ESCOLARES DO COLÉGIO GISSONI, 2010. Disponível em <<http://www.castelobranco.br/sistema/novoenfoco/files/12/artigos/08.pdf>>. Acesso em 16 de março de 2014.

SALGADO, J.M; O Consumo Excessivo de Refrigerante 2007. Disponível em < http://www2.uol.com.br/vyaestelar/vida_saudavel10.htm>. Acesso em 14 de abril de 2014.

SOUZA, L. G. B. DIET, LIGHT, ZERO: O MENOS QUE VALE MAIS, 2006. Disponível em <http://www.fa7.edu.br/recursos/imagens/File/publicidade/monografia/2010/Monografia_Juliana_Alexandre.pdf>. Acesso em 16 de março de 2014.

SILVA, B.F. C.; YANG D.D. L; COSTA E.L. A INFLUÊNCIA DAS ESTRATÉGIAS DE MARKETING NO PROCESSO DE DECISÃO DE COMPRA DOS CONSUMIDORES JOVENS NOS MERCADOS DE CERVEJA E REFRIGERANTES, 2006. Disponível em <file:///C:/Users/Luiz/Downloads/891-3091-1-PB.pdf>. Acesso em 17 de março de 2014.

VILELA, E. R. Produtos Light e Diet: O Direito de Informação ao Consumidor, 2000. Disponível em http://www.ambitojuridico.com.br/site/index.php?n_link=revista_artigos_leitura&artigo_id=2212&revista_caderno=10>. Acesso em 16 de março de 2014.

WIRTH. O IMPACTO DO CONSUMO DE REFRIGERANTES NA SAÚDE DE ESCOLARES DO COLÉGIO GISSONI, 2010. Disponível em <<http://www.castelobranco.br/sistema/novoenfoque/files/12/artigos/08.pdf>> Acesso em 16 de março de 2014.



APENDICES

Questionário sobre o consumo de Refrigerante

Nome: _____.

Sexo: ☐ Feminino ☐ Masculino Data: / /2014

- 01- Você consome refrigerante? ☐ Sim ☐ Não
- 02- Com que frequência?
☐ diariamente ☐ semanalmente ☐ mensalmente ☐ n.d.a
- 03- Se diariamente, quantas vezes?
☐ 1 a 2 ☐ 2 a 3 ☐ 3 a 4 ☐ mais ☐ n.d.a
- 04- Que sabor de refrigerante costuma consumir?
☐ Cola ☐ laranja ☐ soda ☐ uva ☐ guaraná ☐ n.d.a
- 05- Que tipo de refrigerante você consome?
☐ normal ☐ diet ☐ light ☐ zero
- 06- Aonde costuma consumir refrigerante ?
☐ casa ☐ escola ☐ restaurantes ☐ outros ☐ n.d.a
- 07- Que horas diariamente tem vontade de beber refrigerante?
☐ café da manhã ☐ colação ☐ almoço ☐ lanche da tarde
☐ jantar ☐ ceia ☐ todas as alternativas ☐ n.d.a
- Porque ? _____.
- 08- Você acha que o refrigerante pode causar algum dano a saúde?
☐ Sim ☐ Não
- Se sim quais? _____.
- 09- Se em uma situação, houver um copo de refrigerante e outro com água, ou suco, qual beberia?
☐ água ☐ refrigerante ☐ suco
- Porque ? _____.
- 10- Qual é a importância do refrigerante para você?
☐ mata a sede ☐ proporciona prazer ☐ faz bem a saúde ☐ n.d.a
- Porque ? _____.
- 11- Você se sente influenciado pelas propagandas de refrigerantes?
☐ Sim ☐ Não
- Porque ? _____.
- 12- O que mais te atrai quando vê uma propaganda?
R: _____.
- 13- Você sabe qual é a diferença entre Light, Diet e Zero?
☐ Sim ☐ Não
- Se sim qual é _____.