



MITOS ALIMENTARES: um olhar para os hábitos alimentares da população de Carmo de Minas - MG

Ana B. M. LOPES¹; Miriã A. R. DA SILVA²; Andresa F. GUIMARÃES³; Viviane S. SILVA⁴.

RESUMO

Os mitos alimentares são informações incorretas ou mal interpretadas relacionadas à alimentação. Estão amplamente difundidos na sociedade e não há embasamento científico. Tais mitos levam a escolhas alimentares equivocadas e, desta forma impactam na saúde das pessoas. Além disso, também influenciam nos processos de planejamento, produção e *marketing* de uma indústria. A presente pesquisa teve como objetivo analisar os mitos alimentares presentes na população de Carmo de Minas–MG, investigar suas origens e verificar como eles afetam as escolhas dos consumidores. O estudo foi realizado por revisão de literatura para coletar dados, relacionados com os mitos mais comuns da sociedade, posteriormente para a entrevista foi aplicado um formulário de análise quanti-qualitativa. Concluiu-se, portanto, que há uma vasta quantidade de meios de comunicação que em sua maioria espalham desinformações, contribuindo para a disseminação dos mitos alimentares. Com isso, destaca-se a importância do combate a essas desinformações por meio da conscientização da população a respeito dos mitos.

Palavras-chave: Crença; Análise quanti-qualitativa; Consumo; *Fake news*.

1. INTRODUÇÃO

De acordo com o site *Verakis* (2021), o termo mito é frequentemente usado para denotar uma crença que está obviamente errada à primeira vista, mas que pode estar relacionada a elementos concretos expressos simbolicamente e compartilhados por um número significativo de pessoas. Ainda segundo o site, utiliza-se a expressão mitos alimentares quando se fala de crenças antigas, sem embasamento científico, relacionadas à alimentação. A difusão desses mitos pode gerar um impacto negativo na vida dos consumidores.

Atualmente, por meio das mídias digitais, os consumidores têm acesso a uma grande rede de informações, o que possibilita não só a obtenção de informações seguras e com base científica, mas também de acessar desinformações e falácias. É por meio dessas mídias que os famosos mitos alimentares ganham força e se disseminam cada vez mais. Como exemplo observa-se as famosas “dietas da moda” difundidas pela internet, elas nada mais são que dietas restritivas, que prometem resultados milagrosos em pouco tempo. Na verdade, essas dietas são consideradas não saudáveis, pois apresentam baixa quantidade de calorias e nutrientes e são limitadas a longo prazo (FARIA, ALMEIDA, RAMOS, 2017).

¹Bolsista PIBIC/CNPq, IFSULDEMINAS - *Campus* Carmo de Minas. E-mail: ana3.lopes@alunos.ifsuldeminas.edu.br

²Bolsista PIBIC/CNPq, IFSULDEMINAS - *Campus* Carmo de Minas. E-mail: miria.apolinario@alunos.ifsuldeminas.edu.br

³Coordenadora, IFSULDEMINAS - *Campus* Inconfidentes. E-mail: andresa.guimaraes@ifsuldeminas.edu.br

⁴Orientadora, IFSULDEMINAS - *Campus* Carmo de Minas. E-mail: v152283@dac.unicamp.br

Para que não haja a dispersão de notícias errôneas é necessário que exista, da parte dos consumidores, o desejo de procurar e pesquisar informações em locais confiáveis e que busquem espalhar a verdade sobre aquilo que consumimos, pois, os mitos alimentares podem mudar drasticamente a visão dos consumidores sobre os produtos alimentícios. Com isso, essa pesquisa teve o intuito de analisar quais são os mitos alimentares mais difundidos na população do município de Carmo de Minas - MG, bem como analisar como esses mitos afetam suas escolhas no mercado alimentício, além de ajudar a conscientizar a população a respeito desses mitos e suas influências através da criação de conteúdos para as mídias sociais e também promover palestras.

2. MATERIAL E MÉTODOS

Foi realizada uma revisão de literatura para identificar os mitos alimentares mais comuns, utilizando livros, artigos científicos, teses e dissertações em plataformas como *SciELO*, *Scopus* e *Google Acadêmico*.

A pesquisa utilizou um formulário de análise quanti-qualitativa, aprovado pelo Comitê de Ética e Pesquisa (CAAE: 75755423.4.0000.8158). Foram conduzidas entrevistas individuais com 27 pessoas (11 homens e 16 mulheres) de forma remota, residentes da cidade de Carmo de Minas, MG, maiores de 18 anos, abrangendo diferentes idades, gêneros e etnias. A amostra foi calculada com um nível de confiança de 95%, margem de erro de 0,05 e desvio padrão de 0,5, conforme Agranonik e Hirakata (2011). Os critérios de inclusão e exclusão garantiram a validade dos resultados.

O questionário foi distribuído remotamente por meio de redes sociais (*Instagram*, *Facebook*, *LinkedIn*), evitando a necessidade de deslocamento dos participantes. Após ler e concordar com o termo de consentimento (TCLE), os participantes responderam ao questionário. A pesquisa visou identificar as origens dos mitos alimentares e seu impacto nas escolhas alimentares, resultando na elaboração de material educativo para conscientização sobre os mitos alimentares.

3. RESULTADOS E DISCUSSÃO

A pesquisa revelou que a maioria dos participantes ($\cong 59\%$, n.16) tem conhecimento sobre mitos alimentares, o que é um ponto positivo, pois reconhecer o problema é o primeiro passo para sua resolução. Os mitos mais conhecidos estão relacionados principalmente à percepção de alimentos saudáveis ou à associação com ganho ou perda de peso. Este padrão reflete a influência das mídias sociais, que promovem padrões estéticos e dietas focadas em emagrecimento e ganho muscular.

O *Instagram*, a principal fonte de informações sobre mitos alimentares ($\cong 40\%$, n.11),

destaca-se como uma plataforma onde desinformações são frequentemente disseminadas por meio de “publis” e “permutas” (FARIA, ALMEIDA, RAMOS, 2017), isso leva os consumidores a tomarem decisões baseadas em informações imprecisas. Com base em informações de mídias sociais, embora muitos participantes tenham ajustado seus hábitos alimentares, é importante notar que essas informações podem não ser sempre cientificamente fundamentadas.

Os alimentos frequentemente associados a mitos, como glúten, açúcar e leite UHT, foram analisados. O glúten é muitas vezes demonizado sem necessidade em pessoas sem intolerância (CARNEIRO, 2022), enquanto o açúcar deve ser consumido com moderação, não eliminado (CANETTO, 2023). O leite UHT, embora muitas vezes criticado, é seguro e nutritivo, sendo tratado para eliminar patógenos (BRASIL, 2023, online).

A adesão as informações corretas sobre esses alimentos, observada no retorno ao consumo dos mesmos, reforça a necessidade de combater mitos alimentares e promover a educação nutricional. Os participantes da pesquisa sugerem que palestras presenciais e vídeos educativos são métodos eficazes para conscientização.

Em suma, é essencial intensificar as ações de educação alimentar e nutricional para garantir que os indivíduos tenham acesso a informações precisas e possam tomar decisões informadas sobre sua alimentação, promovendo assim uma melhor saúde e bem-estar (BEZERRA, 2022).

4. CONCLUSÃO

Conclui-se, portanto, que há uma vasta quantidade de meios de comunicação que em sua maioria espalham desinformações, e exercem uma grande pressão estética nos indivíduos, tal fato contribui cada vez mais para a disseminação dos mitos alimentares na sociedade de Carmo de Minas - MG. Com isso, destaca-se a importância do combate a essas desinformações, uma vez que afetam negativamente as escolhas alimentares dos indivíduos, possibilitando cada vez mais o desenvolvimento de doenças e a disseminação de comportamentos não saudáveis. Logo, para acabarmos de vez com as *fakes news* envolvendo produtos alimentícios, devemos criar meios de conscientizar a população a respeito dos mitos.

AGRADECIMENTOS

Agradecemos ao Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico Tecnológico do Brasil (CNPq) por todo apoio.

REFERÊNCIAS

