

CONTEÚDO DE ENCARTES PROMOCIONAIS EM SUPERMERCADO DE REDE NACIONAL: ANÁLISE DO GRAU DE PROCESSAMENTO DOS ALIMENTOS DE ACORDO COM AS ESTAÇÕES DO ANO

CONTENT OF PROMOTIONAL CIRCULARS IN NATIONAL CHAIN SUPERMARKET: DEGREE OF FOOD PROCESSING ANALYSES ACCORDING TO SEASONS

Alimentos em encartes de supermercado

Foods in supermarket circulars

Thainara Nascimento Silva¹

Acadêmica do Curso de Nutrição da Universidade Federal da Grande Dourados

ORCID: 0000-0001-6245-6036

Telefone: (67) 99878-2895

E-mail: thainara.nascimento002@gmail.com

Endereço: Rodovia Dourados/Itahum, Km 12 - Unidade 2/ Cidade Universitária/ Caixa Postal: 364/ CEP: 79.804-970. Tel: (67) 3410- 2341. Dourados-Mato Grosso do Sul/ Brasil

Caroline Camila Moreira²

Professora do Curso de Nutrição da Universidade Federal da Grande Dourados

ORCID: 0000-0002-9189-901X

Telefone: (67) 99823-2582

E-mail: carolinemoreira@ufgd.edu.br

Endereço: Rodovia Dourados/Itahum, Km 12 - Unidade 2/ Cidade Universitária/ Caixa Postal: 364/ CEP: 79.804-970. Tel: (67) 3410- 2341. Dourados-Mato Grosso do Sul/ Brasil

¹Responsável pela coleta, tabulação dos dados e redação do artigo.

²Professora responsável pela elaboração do projeto, análise de dados, redação e correção do artigo.

RESUMO

Objetivo: Analisar o conteúdo de alimentos publicitados em encartes promocionais de um supermercado de rede nacional de acordo com a extensão e grau de processamento dos alimentos e comparar as frequências entre as estações do ano.

Métodos: Todos os encartes promocionais distribuídos nos meses de agosto e novembro de 2016 e fevereiro e maio de 2017 em um supermercado de Dourados/MS foram recolhidos, representando as estações inverno, primavera, verão e outono, respectivamente (variável exposição). Todos os alimentos foram classificados de acordo com o grau de processamento (variável desfecho): *in natura* ou minimamente processado (IN/MP), ingrediente culinário processado (ICP), processado (P) e ultraprocessado (UP). O teste Qui-Quadrado foi aplicado para comparar a frequência de alimentos com diferentes graus de processamento publicitados nos encartes do supermercado entre as estações do ano. Foi considerada diferença estatisticamente significativa $p < 0,05$.

Resultados: Foram analisados 13 encartes, sendo identificados 1.046 alimentos. Mais da metade dos alimentos anunciados nos encartes foi classificada como UP (n=546/52,2%). Estações mais quentes apresentaram um maior número de alimentos anunciados nos encartes promocionais (verão: n=370/35,4% e primavera: n=369/35,3%). UP tiveram maior frequência de anúncios nas estações quentes (primavera: n=217/58,8% e verão: n=208/56,2%), assim como P (primavera: n=55/14,9%; verão: n=45/12,2%). Já os IN/MP apresentaram maior prevalência de anúncios nas estações frias (inverno: n=84/50,4% e outono: n=66/47,7%). ICP tiveram baixa frequência de anúncio em todas as estações do ano, variando de 5,1% a 2,3%. Estas diferenças foram estatisticamente significativas.

Conclusão: Os encartes promocionais do supermercado anunciam mais alimentos ultraprocessados, estimulando a compra, e conseqüentemente, o consumo de alimentos não saudáveis pelos consumidores. Alimentos mais saudáveis (IN/MP) são anunciados mais frequentemente em estações mais frias, enquanto que alimentos menos saudáveis (UP e P) em estações mais quentes. Esforços por parte do governo são necessários para regulamentar a publicidade de alimentos de modo a restringir o marketing de alimentos não saudáveis.

Palavras-chave: compra de alimentos; encartes promocionais; estações do ano; grau de processamento dos alimentos; supermercado.

ABSTRACT

Objective: To analyze the foods advertised in promotional circulars of a national supermarket chain according to the extension and degree of food processing and to compare the frequencies between the seasons. **Methods:** All promotional circulars distributed in the months of August and November (2016) and February and May (2017) in a supermarket in Dourados/MS were collected, representing winter, spring, summer and autumn (exposure). The food was classified according to the degree of processing (outcome): unprocessed or minimally processed (UN/MP), processed culinary ingredient (PCI), processed (P) and ultraprocessed (UP). The chi-square test was applied, considering statistically significant difference $p < 0.05$. **Results:** We analyzed 13 circulars and we identified 1,046 foods. More than half of the foods advertised were UP ($n=546/52.2\%$). Hot seasons had a higher number of foods advertised in promotional circulars (summer: $n=370/35.4\%$ and spring: $n=369/35.3\%$). UP had higher frequency of adverts in hot seasons (spring: $n=217/58.8\%$ and summer: $n=208/56.2\%$), as well as P (spring: $n=55/14.9\%$ and summer: $n=45/12.2\%$). On the other hand, IN/MPs presented higher prevalence of adverts in cold seasons (winter: $n=84/50.4\%$ and autumn: $n=66/47.7\%$). PCI had low adverts frequency in all seasons, ranging from 5.1% to 2.3%. These differences were statistically significant. **Conclusion:** Promotional circulars from the supermarket advertise more ultraprocessed foods, stimulating the purchase, and consequently the consumption of unhealthy foods by consumers. Healthier foods (IN/MP) are advertised more often in colder seasons, while less healthy foods (UP and P) in hottest seasons. Government efforts are needed to regulate food advertising in order to restrict the marketing of unhealthy foods.

Key-words: grocery shopping; promotional circulars; seasons; degree of food processing; supermarket

REFERÊNCIAS

1. COSTA JC, CLARO RM, MARTINS APB, LEVY RB. Food purchasing sites. Repercussions for healthy eating. *Appetite*. 2013; 70: 99-103.
2. MACHADO PP, CANELLA D, CLARO RM, SARTI FM. Price and convenience: The influence of supermarkets on consumption of ultra-processed foods and beverages in Brazil. *Appetite*. 2017; 116: 381-388.

3. POPKIN B. Global nutrition dynamics: the world is shifting rapidly toward a diet linked with noncommunicable diseases. *The American Journal of Clinical Nutrition*. 2006; 84: 289-298.
4. HAWKES C. Dietary implications of supermarket development a global perspective. *Dev Policy Rev*. 2008; 26 (6): 657-692.
5. HUTCHINSON PL, BODOR JN, SWALM CM, RICE JC, ROSE D. Neighbourhood food environments and obesity in southeast Louisiana. *Health and Place*. 2012; 18; 854-860.
6. MARTINS APB, LEVY RB, CLARO RM, MOUBARAC JC, MONTEIRO CA. Participação crescente de produtos ultraprocessados na dieta brasileira (1987- 2009). *Rev Saúde Pública*. 2013; 47(4): 656-665.
7. LOUZADA ML da C, MARTINS APB, CANELLA DS, BARALDI LG, LEVY RB, CLARO RM, et al. Ultra- processed foods and the nutritional dietary profile in Brazil. *Rev Saúde Pública*, 2015; 49: 38-49.
8. GÁZQUEZ-ABAD JC, MARTÍNEZ- LÓPEZ FJ, MONDÉJAR-JIMÉNEZ JA. Características de los folhetos publicitários como herramienta promocional: hipermercados vs. Tendas de descuento. *Innovar*. 2010; 20: 203-216.
9. LINO KS, SANTOS CC, SANTOS DB, MATAUMOTO MM, CARDOSO PP, YAMAMOTO TM, et al. The promotion of flyers and the consumer purchase decision: a quantitative- descriptive research. *Brazilian Journal of Marketing Opinion and Media Research*. 2013; 13: 67-87.
10. RAVENSBERGEN EA, WATERLANDER WE, KROEZE W, STEENHUIS IH. Healthy or unhealthy on sale? A cross- sectional study on the proportion of healthy and unhealthy foods promoted through flyer advertising by supermarkets in the Netherlands. *BMC Public Health*. 2015; 15: 470-480.
11. MARTIN- BIGGERS J, YORKIN M, ALJALLAD C, CIECIERSKI C, AKHABUE I, et al. What foods are US supermarkets promoting? A content analysis of supermarket sales circulars. *Appetite*. 2013; 62: 160-165.
12. CAMERON AJ, SAYERS SJ, SACKS G, THORNTON LE. Do the foods advertised in Australian supermarket catalogues reflect national dietary guidelines? *Health Promot Int*. 2017; 32 (1): 113-121.
13. STELMACH- MARDAS M, KLEISER C, UZHOVA I, PEÑALVO JL, LA TORRE G, PALY W. Seasonality of food groups and total energy intake: a systematic review and meta- analysis. *Eur J Clin Nutr*. 2016. Jun; 70(96): 700-8.
14. INMET. Instituto Nacional de Meteorologia. Previsão sazonal do INMET. INMET Brasil [Internet]. jun. 2019 [acesso em: 02 jul. 2019]. Disponível em: http://www.inmet.gov.br/portal/index.php?r=clima/prev_estocastica

15. ABRAS. Associação Brasileira de Supermercados. Ranking ABRAS/SUPERHIPER 2019 mostra os grandes números do setor e as maiores empresas. ABRAS Brasil [Internet]. 27 mar. 2019 [acesso em: 03 jun. 2019]. Disponível em: <http://www.abras.com.br/clipping.php?area=20&clipping=55616>
16. STEELE EM, BARALDI LG, LOUZADA MLC, MOURABAC JC, MOZAFFARIAN D, MONTEIRO CA. Ultra-processed foods and added sugars representative cross-sectional study. *BMJ Open*. 2016; 6 (3): 1-8.
17. BRASIL. Ministério da Saúde. Guia Alimentar para a População Brasileira. Brasília: Ministério da Saúde, 2014.
18. BOTELHO AM, CAMARGO AM de, DEAN M, FIATES GMR. Effect of a health reminder on consumers selection of ultra-processed foods in a supermarket. *Food Quality and Preference*. 2018; 71: 431-437.
19. BRASIL. Ministério da Saúde. Conselho Nacional de Saúde. Resolução 466/2012. Brasília: Ministério da Saúde, 2012.
20. STEELE EM, BARALDI LG, LOUZADA MLC, MOURABAC JC, MOZAFFARIAN D, MONTEIRO CA. Ultra-processed foods and added sugars representative cross-sectional study. *BMJ Open*. 2016; 6 (3): 1-8.
21. CHARLTON EL, KÄHKÖNEN LA, SACKS G, CAMERON AJ. Supermarkets and unhealthy food marketing: An international comparison of the content of supermarket catalogues/ circulars. *Preventive Medicine* 81; 2015. 168-173.
22. MONTEIRO CA, GEOFFREY C, JEAN-CLAUDE M, LEVY RB, LOUZADA MLC, JAIME PC. The UN Decade of Nutrition, the NOVA food classification and the trouble with ultra-processing. *Public Health Nutrition*. 2018; 21(1): 5-17.
23. PRASAD M, LUMIA M, ERKKOLA M, TAPANAINEN H, KRONBERG-KIPPILÄ C, TUOKKOLA J, et al. Diet composition of pregnant Finnish women: changes over time and across seasons. *Public Health Nutr* 2010; 13: 939- 946.
24. ROSSATO LR, HENN LR, OLINTO MT, MOREIRA B. Seasonal variation in food intake and the interaction effects of sex and age among adults in southern Brazil. *European Journal of Clinical Nutrition*. 2015; 69(9): 66-71.
25. ORNELAS LH. Técnica Dietética- Seleção e Preparo de Alimentos. 8. Ed. Rio de Janeiro, Brasil: Editora Atheneu; 2007.

