

CONSUMISMO NA INFÂNCIA



Fevereiro/ 2010

Datafolha
INSTITUTO DE PESQUISAS



- Objetivo
- Metodologia
- Perfil dos pais
- Hábitos dos filhos e preocupação dos pais
- Pedidos dos filhos
- Limitações ao Marketing vs. Propaganda
- Sumário conclusivo





O objetivo desta pesquisa é o de medir a percepção dos pais com filhos entre 3 e 11 anos completos*, sobre alguns aspectos das propagandas direcionadas às crianças:

- ***Se exercem pressão de compra,***
- ***Se causam mudanças alimentares,***
- ***Se há necessidade de algum tipo de restrição.***





➤ Técnica

Pesquisa **quantitativa com abordagem pessoal** dos entrevistados em pontos de fluxo populacional. As entrevistas foram realizadas mediante aplicação de questionário estruturado, com tempo médio de 15 minutos.

A checagem contemplou, no mínimo, 30% do material de cada pesquisador.

➤ Universo

Pais de crianças com idade entre 03 e 11 anos completos*, pertencentes a **todas as classes econômicas**.

(*) 11 anos e 11 meses.

➤ Abrangência

Realizada em **São Paulo**, capital.





➤ Data do campo

O levantamento foi realizado nos dias **22 e 23 de janeiro** de 2010.

➤ Amostra

Foram realizadas **411** entrevistas.

	Base	Margem de erro*
Nº de entrevistas	411	5 p.p.

(*) A margem de erro máxima para mais ou para menos, dentro de um nível de confiança de 95%.



METODOLOGIA

➤ *Observações gerais:*

✓ Escalas de avaliação utilizadas nesse estudo foram de 5 e 10 pontos:

Escala de 5 pontos – 1 é a menor nota, 5 a maior nota.

Escala de 10 pontos – 1 é a menor nota, 10 a maior nota.

✓ Bases inferiores a 30 casos são insuficientes para análises estatísticas.

✓ Citações inferiores a 0,5% estão representadas nas tabelas por “0” e nenhuma citação por “ – “.

✓ Em alguns gráficos e tabelas os resultados das perguntas com respostas únicas não somam exatamente 100%, devido a arredondamentos.

✓ Nos gráficos e tabelas as bases estão em números absolutos e os resultados em percentual.

✓ Os resultados significativos encontram-se destacados em linha contínua enquanto que as tendências (dentro da margem de erro) em linha pontilhada.

○ Significativamente maior/menor ○ Indicativamente maior/menor





Perfil dos pais





- Os pais com filhos entre 3 e 11 anos completos* têm em média, **34 anos**. São **casados** (80%) e cerca de metade é do **sexo feminino**. A grande maioria pertence às **classes médias (BC)**, com **predominância da classe C** (52%).
↳ 47% possuem **ensino médio** e pouco mais da metade ganha até **3 salários mínimos**, mensalmente.
- Oito em cada dez são **economicamente ativos**, com destaque para os **assalariados registrados**. → Os não economicamente ativos, são em sua quase totalidade, **donas de casa**.
- Os pais com filhos na faixa etária entre 3 e 11 anos completos* têm, em média, **1 filho**. → Maior proporção de crianças do **sexo masculino**, 54%.



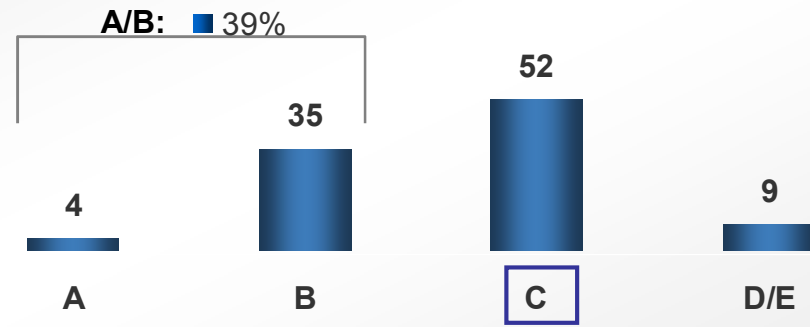
► Mais da metade da amostra é de mães (55%), com maior concentração na classe C → idade média de 34 anos.

Sexo



Classificação Econômica

Critério Brasil 2008



Idade

Média: 34 anos

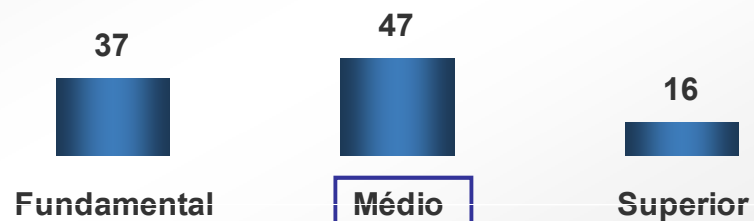


Perfil dos pais

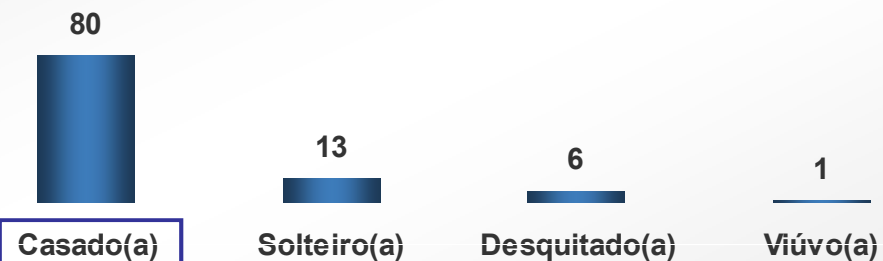
(Em %)

▶ **Cerca de metade dos pais com filhos entre 3 e 11 anos completos* possui ensino médio → maior parte é casado e têm renda mensal de até 3 Salários Mínimos.**

Escolaridade



Estado Conjugal



Renda Familiar Mensal



Salário Mínimo: R\$ 465,00

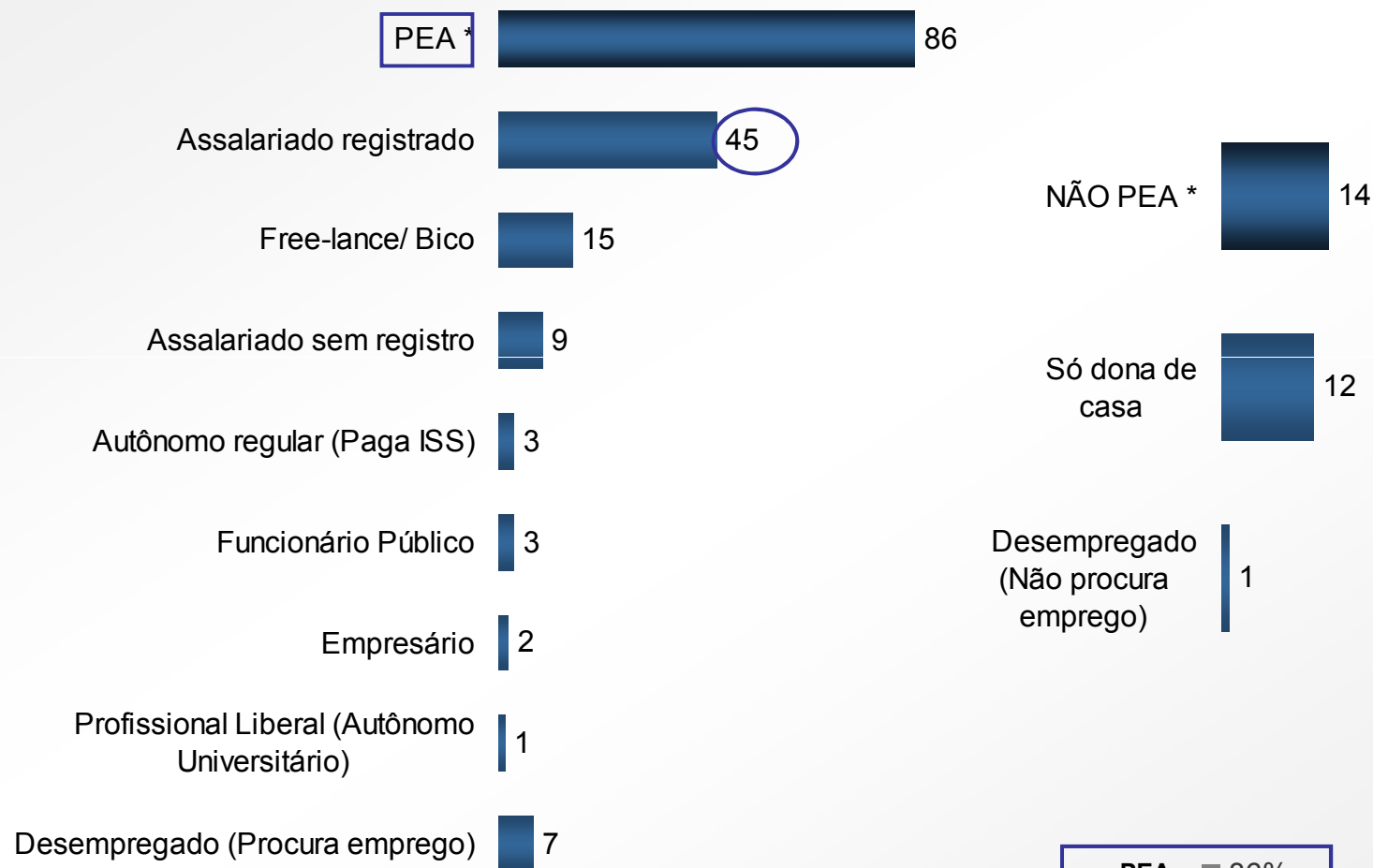
Não lembra: 1%



▶ **45% dos pais entrevistados são assalariados registrados.**

■ População paulistana
■ Total da amostra

Ocupação Principal



PEA ■ 86%
N. PEA ■ 14%

* PEA: População Economicamente Ativa

Base: Total da amostra (vide metodologia)



Perfil dos Filhos

Os entrevistados têm em média, 1 filho na faixa etária entre 3 e 11 anos completos* de idade. → Observa-se proporção um pouco maior de crianças do sexo masculino.

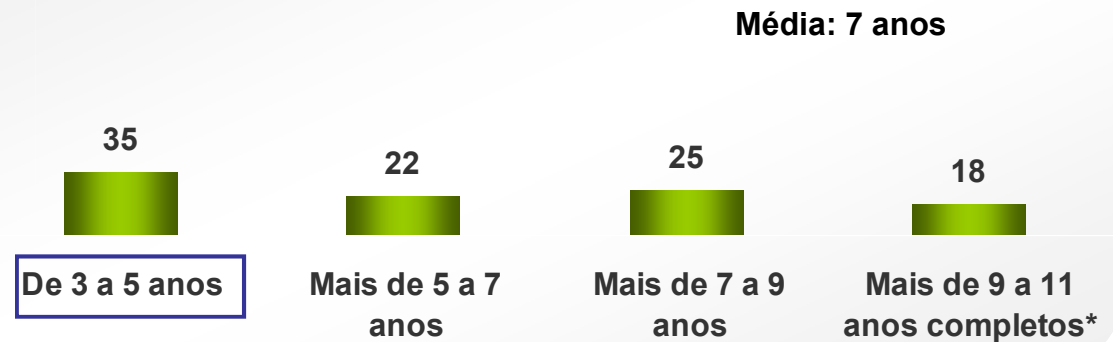


Sexo



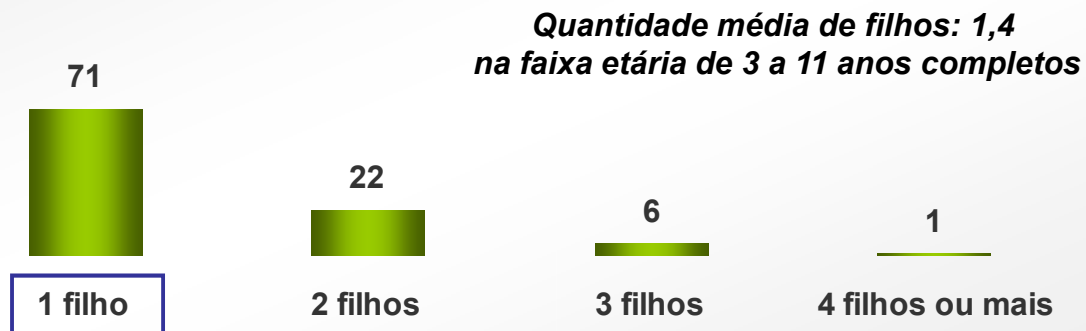
Base de filhos = 564 entrevistas

Idade



Base de filhos = 564 entrevistas

Quantos filhos possui entre 3 e 11 anos completos*?



Base: Total da amostra (Vide metodologia)





Hábitos dos filhos e preocupação dos pais



Hábitos dos filhos e preocupações dos pais

Perguntando para os pais quais as principais atividades de lazer realizadas por seus filhos, **assistir TV** (80%) é destacadamente a principal delas. **Brincar com outras crianças** (68%) e **andar de bicicleta** (51%), também são atividades destacadas pelos pais porém, com menor intensidade.

Nota-se que as atividades apontadas como as mais frequentes pelos filhos, são realizadas tanto dentro, como fora de casa.

Há **diferenças** entre as atividades de lazer de acordo com as **faixas etárias** das crianças:

	Filhos		
	Total	3 a 7 anos	8 a 11 anos completos*
Jogar / assistir videogame	49%	47%	57%
Brincar sozinho com os seus brinquedos	49%	55%	40%
Acessar a internet / Brincar no computador	41%	35%	52%
Leitura de livros, revistas, gibis, etc	33%	29%	41%
Outras atividades esportivas (pular corda, andar de patins, natação, etc)	33%	29%	41%

(*) 11 anos e 11 meses



Hábitos dos filhos e preocupações dos pais

- 57% dos filhos entre 3 e 11 anos **acessam a internet** → *Hábito mais frequente entre as crianças de 8 a 11 anos (76%)*.
- ↳ É maior o acesso à internet, em casa (37%). Escola e casa de parentes ou amigos (cerca de um quarto), vêm a seguir.

Os **sites mais acessados** pelas crianças são de **jogos on-line** (40%) e **canais infantis** (21%). Observa-se diferenças nos sites acessados entre as faixas etárias:

	Total	Filhos	
		3 a 7 anos	8 a 11 anos completos*
De jogos on-line	40%	33%	55%
De canais infantis (tipo Cartoon)	21%	20%	24%
Orkut	16%	13%	27%
Educativos	14%	11%	21%

(*) 11 anos e 11 meses



Vale destacar que mais da metade dos pais entrevistados, cujos filhos acessam a internet em casa, faz alguma limitação de uso.
↳ *Destaque tendencial entre as mães e entre os mais jovens.*



Existem algumas **preocupações** dos pais em relação a seus filhos. Ao estimular algumas delas, **evitar a exposição à violência** (80%) e ter uma **alimentação saudável** (75%), foram apontadas como as principais.

▶ Entre as preocupações estimuladas, observa-se que os pais dão maior atenção à **programação da TV** (58%), do que ao **conteúdo das propagandas** que passam nos intervalos comerciais (42%)
→ relativamente aos outros aspectos, como violência, alimentação saudável e prática de esportes, que se mostram muito relevantes, o conteúdo das propagandas nos intervalos comerciais aparece com menor destaque.



Hábitos dos filhos e preocupações dos pais

(Estimulada e múltipla, em %)

Principais atividades dos filhos nos horários de lazer

▶ **Assistir TV é, destacadamente, a principal atividade de lazer das crianças, entre 14 itens estimulados.**

▶ **Logo a seguir, em segundo plano, foram citadas as brincadeiras com outras crianças e amigos.**



Filhos

	Total	3 a 7 anos	8 a 11 anos completos*
Assistir TV	80	83	75
Brincar com outras crianças / amigos	68	70	65
Andar de bicicleta	51	52	54
Jogar/ assistir videogame	49	47	57
Brincar sozinho com seus brinquedos	49	55	40
Passear no parque/ ir à praia	46	49	44
Jogar bola	46	48	52
Passear no shopping / Fazer compras	42	46	42
Acessar a internet / Brincar no computador	41	35	52
Brincar de boneca	34	35	36
Leitura (livros, revistas, gibi, etc)	33	29	41
Outras atividades esportivas (pular corda, andar de patins, natação, etc)	23	21	30
Teatro / cinema	22	21	25
Empinar pipa	21	23	27
Outras atividade(s) espontâneas**	2	1	3
Base: Total da amostra	411	280	203

(**) Desenhar, dançar, passear na casa da avó, jogar dominó

(*) 11 anos e 11 meses



Hábitos dos filhos e preocupações dos pais

(Estimulada e múltipla, em %)

Locais de acesso à internet

Filhos

▶ Após estímulo de locais de acesso, observa-se que a internet é um hábito presente na vida da maioria das crianças (57%), principalmente, entre as de 8 a 11 anos (76%).

▶ A maioria dos pais declara fazer limitações quanto ao uso da internet pelos filhos.



ACESSA A INTERNET

57

3 a 7 anos

8 a 11 anos completos*

47%

76%

Em casa

37

29%

47%

Na escola

26

21%

38%

Casa de parentes/amigos

24

21%

35%

Em locais de acesso pago à internet, como lan houses

15

14%

22%

Em postos de acesso público e gratuito à internet

8

6%

13%

Outros lugares**

1

1%

1%

Base: 411

Base: 280

Base: 203

(**) Habib's, lanchonetes, escritório dos pais

P12. Seu filho(s) _____, costuma acessar a Internet em _____?

(*) 11 anos e 11 meses

Hábitos dos filhos e preocupações dos pais

(Espontânea e múltipla, em %)

Sites que os filhos costumam acessar

► Sites de jogos on-line são, destacadamente, os mais acessados.

De jogos on-line 40

De canais infantis, tipo Cartoon, Boomerang, Discovery ... 21

Orkut 16

Educativos 14

De marcas infantis, tipo Toddyinho, Seninha, Turma da Mônica, .. 12

Sites de busca, tipo Google 8

Outros sites de relacionamento (Facebook, Twitter, MSN, My Space) 7

Outros** 4

Não Sabe/ Não Lembra 2

Não acessa a internet 43

Base: 411

Filhos

3 a 7 anos

8 a 11 anos completos*

33

20

13

11

11

7

4

3

1

53

Base: 280

55

24

27

21

13

13

12

5

2

24

Base: 203



(**) Respostas espontâneas – Música, Super download, Baixa Jovens, Youtube, vídeos engraçados, Site (*) 11 anos e 11 meses da revista Abril, Pesquisa, Sites de pintura, Esporte, Trackinas) P.13 - Pelo que você sabe, quais sites seu(s) filho(s) ___ costuma visitar/ navegar?

Hábitos dos filhos e preocupações dos pais

(Estimulada e única, em %)

Limitação dos pais ao uso da internet

76%

dos pais, cujos filhos acessam a Internet em casa, fazem limitações ao uso da Internet.



► *Esta atitude é tendencialmente maior entre as mulheres e entre os pais mais jovens.*

	PAIS									FILHOS		
	TO-TAL	SEXO		IDADE					CLASSIF. ECON.		PRESENÇA DE FILHOS	
		Masc	Fem	18 a 25 anos	26 a 30 anos	31 a 35 anos	36 a 40 anos	41 anos ou mais	A/B	C	De 3 a 7 anos	De 8 a 11 anos
Faz limitação	76	72	80	88	83	77	70	71	75	78	78	78
Não faz limitação	24	28	20	13	17	23	30	29	25	22	22	22
Base: Tem filhos que acessam a internet em casa	151	76	75	8*	36	39	33	35	91	59	82	96

(*) Base insuficiente para análise estatística

Hábitos dos filhos e preocupações dos pais

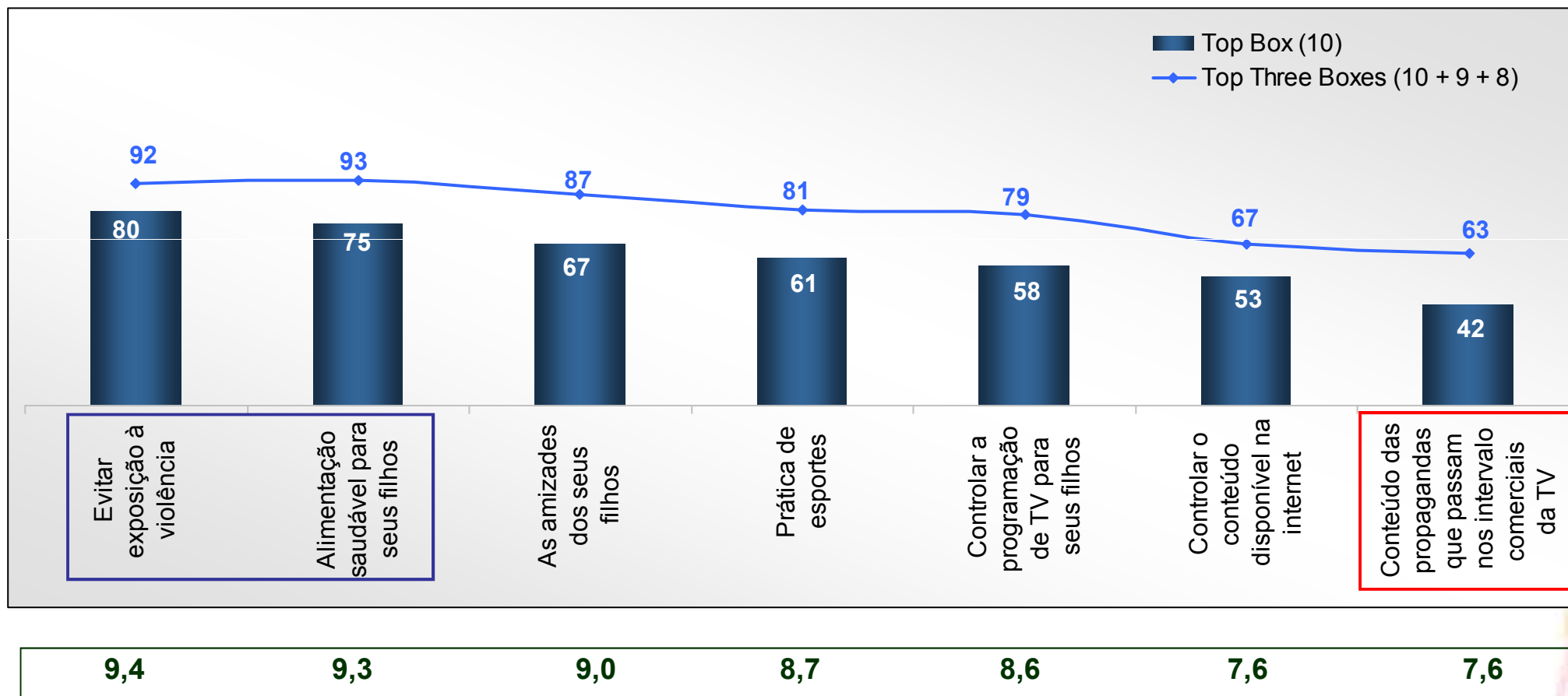
(Estimulada e Única, em %) Escala de 1 a 10 pontos

21

Preocupações dos pais em relação aos filhos

Top Three boxes (notas 10 + 9 + 8)

- ▶ **As maiores preocupações dos pais são a exposição à violência e cuidados com a alimentação dos filhos.**
- ↳ **Vale notar que entre as preocupações estimuladas, o controle da programação de TV para os filhos mostrou-se mais relevante do que a preocupação com o conteúdo das propagandas comerciais.**



Média

9,4

9,3

9,0

8,7

8,6

7,6

7,6

Base: Total da amostra (vide metodologia)

P3. Falando das preocupações que você tem com relação a seus filhos entre 3 e 11 anos, gostaria que você desse uma nota de 1 a 10, sendo que 1 significa que é Nada Importante e 10, significa que para você é Muito Importante. Por exemplo _____, que nota você daria, de 1 a 10?



Pedidos dos filhos



Os pais de filhos na faixa etária entre 3 e 11 anos de idade, apontaram, espontaneamente, alguns **pedidos que os filhos costumam fazer**. → **Guloseimas foram as mais mencionadas.**

	Total	Filhos	
		3 a 7 anos	8 a 11 anos completos*
→ Chocolate/ bala/ chiclete/ doce/ bolacha	43%	46%	42%
→ Bolacha salgada / salgadinho	34%	37%	32%
→ Sorvete	32%	34%	30%
Boneca	32%	36%	31%
Bicicleta	31%	34%	33%
Roupas	29%	27%	34%
Carrinho	26%	32%	18%
Bola	21%	25%	26%
Videogame como Play Station/ Wii	23%	20%	31%
Dinheiro	20%	19%	28%

Os pedidos mais “corriqueiros” são observados nas duas faixas etárias estudadas, enquanto os pedidos de maior valor como videogame e computador, têm maior percentual entre os mais velhos.

(*) 11 anos e 11 meses



- Os **alimentos mais consumidos** – com frequência de algumas vezes por semana - pelas crianças na faixa de 3 a 11 anos são as **bolachas** (82%), **refrigerantes** (70%) e **salgadinhos** (64%).
- **Batata frita** (36%) e **pizza** (42%) são alimentos consumidos com frequência mensal.
- Os **lanches fora de casa**, como McDonald's, são consumidos mais esporadicamente, com frequência menor que uma vez por mês.

Algumas vezes por semana

Bolacha



82%

Refrigerante



70%

Salgadinho



64%

Algumas vezes por mês

Batata frita



36%

Pizza



42%

Menos que 1 vez por mês

Lanche fora
de casa



48%



Pedidos dos Filhos

Sete em cada dez pais entrevistados **afirmaram serem influenciados pelos filhos na hora da compra** → Maior incidência entre os homens.

Para os pais, os **maiores influenciadores** dos pedidos dos filhos, entre sete itens estimulados, são as **propagandas** (38%). Em um segundo patamar estão os **personagens de TV ou filmes** e **programas de TV** (18% e 16%, respectivamente).

Apesar de haver aspectos mais relevantes, a propaganda é um item de preocupação para os pais, em virtude, principalmente, dos pedidos que os filhos costumam fazer, em decorrência da mesma.

Há quase consenso de que as propagandas são **influenciadoras** e levam os filhos a uma atitude **consumista**.

Concordam totalmente ou em parte

As propagandas que aparecem na TV **influenciam** os filhos na **escolha** dos presentes que ele(s) pede(m).

Total

85%

As propagandas levam as crianças a serem **consumistas**.

85%

Eu me preocupo com as propagandas voltadas aos meus filhos, pois eles podem **querer comprar**.

83%

73% dos pais concordam que deveria haver restrição ao marketing e propaganda voltada às crianças.





Pedidos dos Filhos

(Espontânea e múltipla, em %)

Pedidos dos filhos para os pais

► *Guloseimas, são os maiores pedidos dos filhos para os pais.*

Guloseimas

	Total	Filhos	
		3 a 7 anos	8 a 11 anos completos*
Chocolate / bala / chiclete / doce/ bolacha	43	46	42
Bolacha salgada / salgadinho	34	37	32
Sorvete	32	34	30
Boneca	32	36	31
Bicicleta	31	34	33
Roupas	29	27	34
Carrinho	26	32	18
Bola	23	25	26
Videogame como Play Station / Wii	23	20	31
Dinheiro	20	19	28
Computador	19	18	25
CD / DVD	18	20	18
Telefone celular	14	12	19
Livros	9	7	12
Dinheiro para compras	9	8	14
Brinquedos	8	9	5
Calçados	5	2	7
Alimentação	4	4	3
Base: Total da amostra	411	280	203

(*) 11 anos e 11 meses







P4. As crianças podem fazer pedidos a seus pais de algo que elas gostariam de ter, usar ou experimentar. Pensando no seu(s) filho(s) _____, o que ele(s) costuma pedir para você, para o consumo dele(s)? Mais algum? Algum outro?

Pedidos dos Filhos

(Estimulada e múltipla, em %)

Freqüência de consumo de alguns alimentos

- Os pedidos semanais dos filhos, para consumo próprio, são de bolachas, refrigerantes e salgadinhos.
 ► Pizza e batata frita são consumidos algumas vezes por mês, enquanto o lanche fora de casa, pelo menos uma vez por mês.

	Bolacha	Refrigerante	Salgadinho	Batata frita	Pizza	Lanche fora de casa
						
CONSUME	100%	98%	99%	97%	98%	97%
Algumas vezes por semana	82%	70%	64%	33%	31%	16%
Algumas vezes por mês	14%	19%	24%	36%	42%	35%
Menos que 1 vez por mês	6%	11%	12%	31%	28%	48%

Base: Total da amostra (vide metodologia)

P7. De acordo com esse cartão, com que frequência seu filho(a) ____ consome:

Frequência de consumo

Filhos

	Total	3 a 7 anos	8 a 11 anos completos*
BOLACHA			
CONSOME	100	99	100
Algumas vezes por semana	82	83	84
Algumas vezes por mês	14	13	15
Menos que 1 x por mês	6	6	4
REFRIGERANTE			
CONSOME	98	98	99
Algumas vezes por semana	70	69	76
Algumas vezes por mês	19	19	17
Menos que 1 x por mês	11	13	10
SALGADINHO			
CONSOME	99	100	98
Algumas vezes por semana	64	65	62
Algumas vezes por mês	24	25	25
Menos que 1 x por mês	12	11	13
Base: Total da amostra	411	280	203



(*) 11 anos e 11 meses

P7. De acordo com esse cartão, com que frequência seu filho(a) ____ consome:



Freqüência de consumo

Filhos

	Total	3 a 7 anos	8 a 11 anos completos*
BATATA FRITA			
CONSOME	97	97	97
Algumas vezes por semana	33	31	35
Algumas vezes por mês	36	37	38
Menos que 1 x por mês	31	33	28
PIZZA			
CONSOME	98	98	99
Algumas vezes por semana	31	30	35
Algumas vezes por mês	42	42	44
Menos que 1 x por mês	28	30	23
LANCHE FORA DE CASA			
CONSOME	97	97	97
Algumas vezes por semana	16	17	17
Algumas vezes por mês	35	38	32
Menos que 1 x por mês	48	46	32
Base: Total da amostra	411	280	203



P7. De acordo com esse cartão, com que frequência seu filho(a) ____ consome:

(*) 11 anos e 11 meses

Pedidos dos Filhos

(Estimulada e Única, em %)

69%

dos pais dizem ser influenciados nas compras, pelos filhos.

Você costuma ser influenciado pelos pedidos dos seus filhos?

▶ Sete em cada dez pais entrevistados afirmam que são influenciados pelo pedido dos filhos, na hora da compra.

↳ Como tendência, vale observar que a influência dos filhos foi mais declarada pelos homens.



	PAIS										
	Total	SEXO		IDADE					CLASSIFICAÇÃO ECONÔMICA		
		Masc	Fem	18 a 25 anos	26 a 30 anos	31 a 35 anos	36 a 40 anos	41 anos ou mais	A/B	C	D/E
É influenciado(a) pelo pedido dos filhos	69	73	65	70	69	66	73	68	69	68	74
Sim, muitas vezes	20	25	16	23	20	21	14	23	20	19	26
Sim, de vez em quando	49	48	49	47	48	45	58	44	49	49	49
Não costuma ser influenciado	31	27	34	30	31	34	26	32	30	32	26
Base: Total da amostra	411	186	225	43	99	97	91	81	162	214	35



Pedidos dos Filhos

(Estimulada e Única, em %)

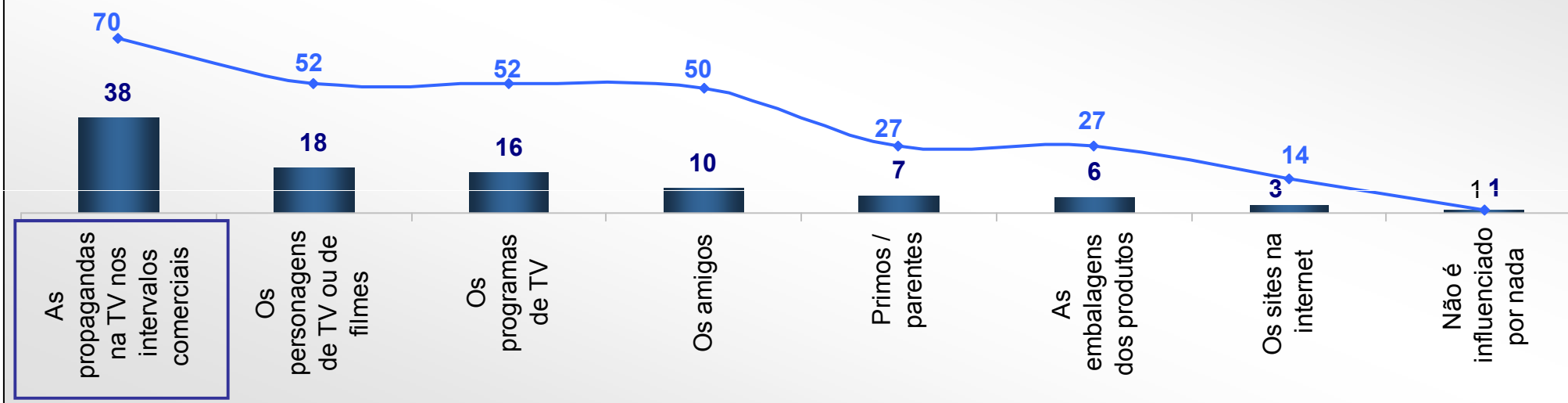
O que influencia os pedidos dos filhos



▶ Na opinião dos pais, os maiores influenciadores dos pedidos dos filhos são as propagandas.

▶ Secundariamente, os personagens e os programas de TV também são apontados.

■ 1º lugar
◆ 1º+2º+3º lugares



1º LUGAR

Idade	Propagandas	Personagens	Programas	Amigos	Primos/Parentes	Embalagens	Sites	Não influenciado
3 a 7 anos	38%	22%	17%	8%	7%	7%	1%	1%
8 a 11 anos completos*	39%	11%	15%	15%	6%	5%	1%	-

(*) 11 anos e 11 meses



Base: Total da Amostra (vide metodologia)

P5. Na sua opinião, e de acordo com este cartão, o que mais influencia os pedidos de seu(s) filho(s) em primeiro lugar? E em segundo lugar? E em terceiro lugar?



Limitações ao Marketing e Propaganda



Limitações ao Marketing / Propaganda

Entre os pais que concordam que deveria haver algum tipo de restrição ao marketing e propaganda (73%), algumas restrições foram apontadas espontaneamente:

CRIANÇAS PODEM SER INFLUENCIADAS PELA PROPAGANDA AO CONSUMISMO	24%
OS PAIS PODEM NÃO TER DINHEIRO PARA COMPRAR O QUE OS FILHOS QUEREM	19%
INCENTIVAM AS CRIANÇAS A CONSUMIREM PRODUTOS QUE NÃO SÃO SAUDÁVEIS	10%
PROPAGANDAS QUE INCENTIVAM AS CRIANÇAS A AGIR COMO ADULTOS	8%
ALGUNS PRODUTOS INCENTIVAM A VIOLÊNCIA	7%

Citações até 7%

O consumismo infantil, a disponibilidade de dinheiro, as questões relativas a alimentação, sexo e violência são as principais restrições às propagandas.

Entre os que não concordam com as restrições às propagandas voltadas às crianças, maior parte acha que a responsabilidade sobre o que as crianças assistem cabe aos pais.

OS PAIS DEVEM TER RESPONSABILIDADE SOBRE O QUE AS CRIANÇAS ASSISTEM	10%
NÃO TEM NADA QUE A CRIANÇA NÃO POSSA VER NAS PROPAGANDAS	6%
ALGUMAS PROPAGANDAS ENSINAM AS CRIANÇAS A SE ALIMENTAREM, SÃO EDUCATIVAS	5%
NÃO TEM COMO CONTROLAR , RESTRINGIR AS PROPAGANDAS	3%

Citações até 3%

Total

Para os pais de filhos na faixa etária entre 3 e 11 anos de idade, **alguns tipos de restrições** deveriam ser feitas nas propagandas voltadas ao público infantil.

↳ Por eles, foram apontadas algumas possíveis restrições relacionadas a: **horário, conteúdo e quantidade das propagandas.**

	Total
HORÁRIO DAS PROPAGANDAS	20%
CONTEÚDO DAS PROPAGANDAS (mais educativo)	13%
Não deveria ter propaganda de BRINQUEDOS/JOGOS que INCENTIVEM A VIOLÊNCIA	10%
Deveria ser PROIBIDA a veiculação de propagandas de ALIMENTOS NÃO SAUDÁVEIS	9%
QUANTIDADE MENOR DE PROPAGANDAS	9%
Produtos são caros e os pais não podem comprar	8%
NÃO TER APELO SEXUAL / CONTEÚDO ADULTO (cenas de beijos/ sexo)	7%
Não oferecer BRINDES na compra de alimentos que não são saudáveis	4%

Citações até 4%



Limitações ao Marketing / Propaganda

(Estimulada e única por atributo, em %) Escala de 5 pontos: 5 concorda totalmente e 1 discorda totalmente

Concordância

Top Two boxes (concorda totalmente + concorda em parte)

▶ **É alto o grau de concordância entre os pais que as propagandas são influenciadoras de seus filhos.**

Filhos

		Total	3 a 7 anos	8 a 11 anos Completos*
INFLUÊNCIA PROPAGANDA	As propagandas que aparecem na TV influenciam meu(s) filho(s) na escolha dos presentes que ele(s) pede(m).	85%	88%	84%
	As propagandas levam as crianças a serem consumistas, ou seja, a querer ter tudo o que vêem	85%	88%	82%
	As propagandas de produtos para adultos podem influenciar as crianças	75%	75%	76%
	A oferta de prêmios e brindes influenciam a escolha do produto/alimento pelo(s) meu(s) filho(s).	75%	76%	75%
	Eu procuro comprar para meu(s) filho(s) alimentos ou guloseimas que são anunciados nas propagandas.	36%	39%	31%
RAZÕES PESSOAIS	Sempre procuro conversar com minha esposa /marido sobre os presentes que iremos dar a nosso(s) filho(s).	83%	84%	81%
	Hoje em dia, é mais fácil escolher os brinquedos e presentes para meu(s) filho(s), devido às propagandas veiculadas na TV.	65%	68%	60%
PEDIDOS	Eu me preocupo com as propagandas voltadas ao(s) meu(s) filho(s), pois ele(s) pode(m) querer comprar.	78%	81%	74%
	O(s) meu(s) filho(s) costuma(m) insistir para que eu compre produtos que eles viram em propagandas na TV.	68%	75%	60%

Base: 411

Base: 280

Base: 203

Base: Total da amostra (vide metodologia)

P8. Vou ler algumas frases e gostaria que você me dissesse o quanto concorda ou discorda de cada uma delas. Então, quanto a _____ você concorda ou discorda? Totalmente ou em parte?

(*) 11 anos e 11 meses



Limitações ao Marketing / Propaganda

(Estimulada e única por atributo, em %) Escala de 5 pontos: 5 concorda totalmente e 1 discorda totalmente

Concordância

Média

Filhos

	Média	Filhos		
		Total	3 a 7 anos	8 a 11 anos Completos*
INFLUÊNCIA PROPAGANDA	As propagandas que aparecem na TV influenciam meu(s) filho(s) na escolha dos presentes que ele(s) pede(m).	4,3	4,6	4,2
	As propagandas levam as crianças a serem consumistas, ou seja, a querer ter tudo o que vêem	4,4	4,5	4,2
	As propagandas de produtos para adultos podem influenciar as crianças	3,9	4,0	4,0
	A oferta de prêmios e brindes influenciam a escolha do produto/alimento pelo(s) meu(s) filho(s).	4,4	4,1	4,0
	Eu procuro comprar para meu(s) filho(s) alimentos ou guloseimas que são anunciados nas propagandas.	2,6	2,7	2,3
RAZÕES PESSOAIS	Sempre procuro conversar com minha esposa /marido sobre os presentes que iremos dar a nosso(s) filho(s).	4,3	4,4	4,2
	Hoje em dia, é mais fácil escolher os brinquedos e presentes para meu(s) filho(s), devido às propagandas veiculadas na TV.	3,6	3,8	3,4
PEDIDOS	Eu me preocupo com as propagandas voltadas ao(s) meu(s) filho(s), pois ele(s) pode(m) querer comprar.	4,1	4,2	4,0
	O(s) meu(s) filho(s) costuma(m) insistir para que eu compre produtos que eles viram em propagandas na TV.	3,7	4,0	3,4

Base: 411

Base: 280

Base: 203

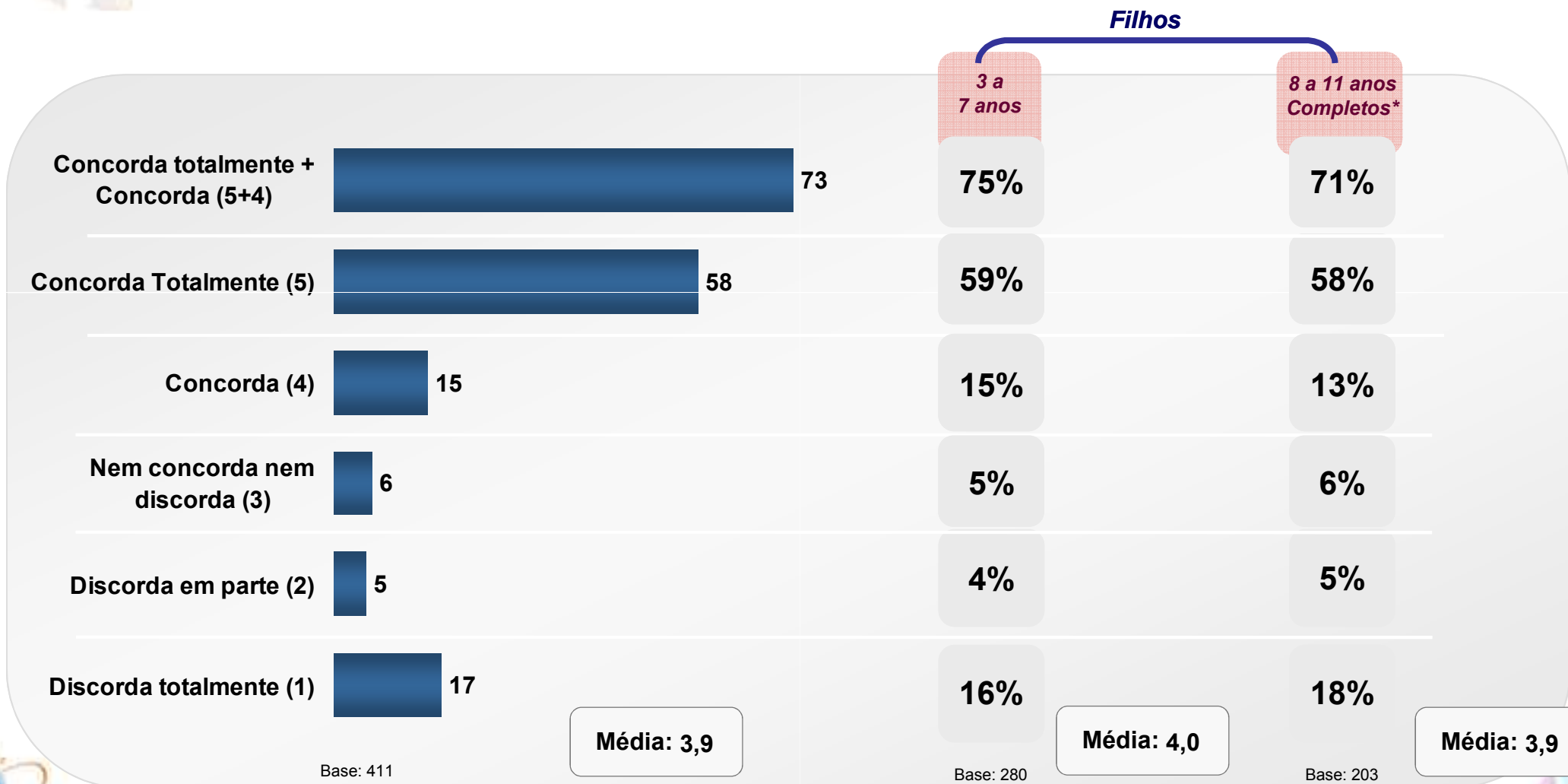
P8. Você ler algumas frases e gostaria que você me dissesse o quanto concorda ou discorda de cada uma delas. Então, quanto a _____ você concorda ou discorda? Totalmente ou em parte?

(*) 11 anos e 11 meses



Concordância com a restrição ao Marketing voltado para as crianças menores de 12 anos

▶ A maioria dos pais concorda que deveria haver alguma restrição à propaganda e ao marketing voltado às crianças. → Destaque para a Classe C (78%)



(*) 11 anos e 11 meses

Limitações ao Marketing / Propaganda

(Estimulada e única, em %) Escala de 5 pontos: 5 concorda totalmente e 1 discorda totalmente

38

Concordância com a restrição ao Marketing voltado para as crianças

	PAIS										
	Total	Sexo		Idade					CLASSIFICAÇÃO ECONÔMICA		
		Masc	Fem	18 a 25 anos	26 a 30 anos	31 a 35 anos	36 a 40 anos	41 anos ou mais	A/B	C	D/E
Concorda totalmente + Concorda em parte (5+4)	73	72	73	67	75	74	69	75	70	78	57
Concorda Totalmente (5)	58	59	57	44	60	62	59	57	55	62	46
Concorda (4)	15	13	16	23	15	12	10	19	15	15	11
Nem concorda e nem discorda (3)	6	6	6	7	8	3	4	9	6	5	17
Discorda em parte + Discorda totalmente (2+1)	21	22	20	26	17	23	26	16	25	18	26
Discorda em parte (2)	5	5	4	5	5	3	5	5	7	3	6
Discorda totalmente (1)	17	17	16	21	12	20	21	11	18	15	20
<i>Média</i>	3,9	3,9	3,9	3,7	4,1	3,9	3,8	4,1	3,8	4,1	3,6
Base: Total da amostra	411	186	225	43	99	97	91	81	162	214	35



Razões de concordar ou discordar com a restrição ao marketing voltado para as crianças

	Total	3 a 7 anos	8 a 11 anos Completos*
RAZÕES DE CONCORDÂNCIA	70%	73%	68%
CRIANÇAS PODEM SER INFLUENCIADAS PELA PROPAGANDA/ CONSUMISMO	24%	28%	20%
FINANCEIRO (Os pais podem não ter dinheiro para comprar o que os filhos querem)	19%	21%	20%
ALIMENTAÇÃO (Incentivam as crianças a consumirem produtos que não são saudáveis/ alimentos/ bebidas)	10%	9%	11%
APELO SEXUAL/ CONTEÚDO ADULTO (Propagandas que incentivem as crianças a agir como adultos são inadequadas)	8%	7%	10%
VIOLÊNCIA/PERIGO (Alguns produtos incentivam a violência/ propagandas incentivam a violência)	7%	8%	4%
HORÁRIO DAS PROPAGANDAS (Propagandas veiculadas durante o dia/ deveriam ser somente a noite)	2%	1%	3%
PROPAGANDAS SÃO APELATIVAS	1%	1%	1%
PROPAGANDAS QUE INCENTIVAM A UTILIZAÇÃO DE CIGARRO/ DROGAS NÃO SÃO ADEQUADAS	1%	1%	1%
RAZÕES DE DISCORDÂNCIA	18%	19%	19%
OS PAIS DEVEM TER RESPONSABILIDADE SOBRE O QUE AS CRIANÇAS ASSISTEM/ CABE AOS PAIS EXPLICAR A REALIDADE AOS FILHOS	10%	9%	12%
NÃO PREJUDICA EM NADA/ NÃO TEM NADA QUE A CRIANÇA NÃO POSSA VER NAS PROPAGANDAS	6%	5%	6%
BENEFÍCIOS DA PROPAGANDA (Crianças conhecem produto, são educativas)	5%	5%	5%
NÃO TEM COMO CONTROLAR/ RESTRINGIR AS PROPAGANDAS	3%	4%	2%
CRIANÇAS NÃO SE INTERESSAM POR PROPAGANDA	1%	1%	2%
NÃO SABE	5%	4%	5%



Base: 411

Base: 280

Base: 203

(*) 11 anos e 11 meses

Limitações ao Marketing / Propaganda

(Espontânea e múltipla, em %)

Razões de concordar ou discordar com a restrição ao marketing voltado para as crianças

	Filhos		
	Total	3 a 7 anos	8 a 11 anos completos*
RAZÕES DE CONCORDÂNCIA	70	73	68
CRIANÇAS PODEM SER INFLUENCIADAS PELA PROPAGANDA/ CONSUMISMO	24	28	20
FINANCEIRO (Os pais podem não ter dinheiro para comprar o que os filhos querem/ filhos assistem a propaganda e pedem para os pais comprar o produto)	19	21	20
ALIMENTAÇÃO	10	9	11
Incentivam as crianças a consumirem produtos que não são saudáveis/ alimentos/ bebidas que fazem mal à saúde	8	7	9
Alimentos com brindes incentivam a criança a comer de forma errada	2	3	2
Propagandas não são educativas/ não ensinam sobre alimentação correta	1	0	1
APELO SEXUAL / CONTEÚDO ADULTO	8	7	10
Propagandas que incentivem as crianças a agir como adultos são inadequadas (propaganda que ensina as crianças a namorar/ cenas de beijos/ sexo)	4	5	5
Propagandas não são adequadas à idade das crianças (tem mulher pelada)	4	3	5
VIOLÊNCIA/ PERIGO	7	8	4
Alguns produtos incentivam a violência/ propagandas incentivam a violência	5	5	3
Não ter propaganda de produtos perigosos/ que coloquem a criança em risco	1	1	1
HORÁRIO DAS PROPAGANDAS (Propagandas veiculadas durante o dia/ deveriam ser somente durante a noite)	2	1	2
PROPAGANDAS SÃO APELATIVAS	1	1	1
PROPAGANDAS QUE INCENTIVAM A UTILIZAÇÃO DE CIGARRO/ DROGAS NÃO SÃO ADEQUADAS	1	1	1
Base: Total da amostra	411	280	203

P10. E por que você _____ com a restrição a propaganda e ao marketing voltados às crianças menores de 12 anos? O que mais? Mais alguma razão?

(*) 11 anos e 11 meses

Continua ...

Razões de concordar ou discordar com a restrição ao marketing voltado para as crianças

... continuação

	Filhos		
	Total	3 a 7 anos	8 a 11 anos completos*
RAZÕES DE DISCORDÂNCIA	18	19	19
OS PAIS DEVEM TER RESPONSABILIDADE SOBRE O QUE AS CRIANÇAS ASSISTEM/ CABE AOS PAIS EXPLICAR A REALIDADE AOS FILHOS	10	9	12
NÃO PREJUDICA EM NADA/ NÃO TEM NADA QUE A CRIANÇA NÃO POSSA VER NAS PROPAGANDAS	6	5	6
BENEFÍCIOS DA PROPAGANDA	5	5	5
Ter propaganda na TV para as crianças assistirem e conhecerem os produtos que existem	3	4	3
Propagandas mostram mais opções de produtos/ incentivam a concorrência	1	1	0
Algumas propagandas ensinam as crianças a se alimentarem/ são educativas	1	0	1
NÃO TEM COMO CONTROLAR/ RESTRINGIR AS PROPAGANDAS	3	4	2
Cada um anuncia o que quer e compra quem quer	2	2	2
Não adianta proibir propagandas" (se a criança ver um amigo com o produto vai pedir da mesma forma)	1	2	0
CRIANÇAS NÃO SE INTERESSAM POR PROPAGANDA	1	1	2
OUTRAS RESPOSTAS	1	0	2
NÃO SABE	5	4	5
Base: Total da amostra	411	280	203

(*) 11 anos e 11 meses

Textuais**Concordância com limitações ao marketing / propaganda**

“Porque influencia as crianças e fazem elas quererem coisas que não tem necessidade”.

“Porque elas ficam querendo coisas que a gente não pode comprar”.

“Porque os brinquedos anunciados nem sempre são ou fazem o que prometem na propaganda”.

“Porque depende do brinquedo, tem brinquedo que solta peças e pode machucar as crianças ou a criança pode engolir as peças e tem brinquedo que solta tinta ”.

“Porque as propagandas de alguns produtos podem acabar levando as crianças a quererem os produtos da TV, que os pais não tem condições de comprar, mas este não é o meu caso pois meus filhos não são influenciados”.

“Porque incentiva as crianças a serem consumistas a querer comprar tudo o que vê”.

“Porque às vezes a criança quer o brinquedo mas não sabe qual é o preço que custa e as vezes é impossível comprar por causa do nosso orçamento”.

“Porque essas propagandas deixam a criança mais consumista e não ensinam nada sobre educação, alimentação correta e respeito”.



Limitações ao Marketing / Propaganda

(Espontânea e múltipla, em %)

Textuais

Discordância com limitações ao marketing / propaganda

“Cada um anuncia o que quer, e compra quem quer”.

“Não adianta proibir porque se outra criança tiver comprado um produto, o meu filho vai querer da mesma forma, mesmo sem ver o comercial”.

“Tem que ter propaganda na TV para a criança assistir e querer o produto”.

“Porque eu não vejo nada de mais que as crianças não possam assistir”.

“Porque acho que as crianças têm o direito de ver as novidades que eles lançam, podem até pedir mas os pais só vão comprar se tiver dinheiro”.

“Porque não tem como controlar as propagandas”.



Limitações ao Marketing / Propaganda

(Espontânea e múltipla, em %)

Tipo de restrição para limitações ao Marketing

	Total	Filhos	
		3 a 7 anos	8 a 11 anos completos*
HORÁRIO DAS PROPAGANDAS (Propagandas veiculadas durante o dia/ deveriam ser somente à noite/ deveriam passar depois das 21hs)	20%	20%	19%
CONTEÚDO DAS PROPAGANDAS (Deveria ter comerciais mais educativos/ que incentivem a leitura/ brincadeiras ao ar livre)	13%	12%	12%
BRINQUEDOS (Não deveria ter propaganda de brinquedos/ jogos que incentivem a violência/ brinquedos com armas)	10%	9%	9%
ALIMENTAÇÃO (Deveria ser proibida a veiculação de propagandas de guloseimas/alimentos não saudáveis)	9%	11%	9%
QUANTIDADE DE PROPAGANDAS (Ter número menor de propagandas / diminuir o nº de veiculações de uma mesma propaganda)	9%	9%	11%
FINANCEIRO (Produtos são caros e os pais não podem comprar)	8%	8%	10%
APELO SEXUAL / CONTEÚDO ADULTO (Não mostrar cenas de beijos/ sexo nas propagandas)	7%	5%	10%
BRINDES (Não oferecer brinquedos/ brindes na compra de alimentos que não são saudáveis)	4%	4%	3%
PROIBIR A PROPAGANDA DE PRODUTOS PARA CRIANÇAS NA TV	3%	3%	5%
BEBIDAS / ALCOÓLICOS (Deveria ser proibida a veiculação de propagandas de cerveja/ bebidas alcoólicas)	2%	2%	2%
CIGARRO / FUMO (Deveriam ser proibidas as propagandas de cigarro)	1%	1%	1%
PROGRAMAÇÃO	1%	1%	1%
NÃO SABE/ NÃO RESPONDEU	22%	23%	16%

Base: 299

209

145

(*) 11 anos e 11 meses

Base: Entrevistados que concordam totalmente ou em parte com a restrição ao marketing voltado às crianças

P10a. E para você, qual tipo de restrição deveria ser feita à propaganda e ao marketing voltados as crianças menores de 12 anos? O que mais? Mais alguma razão?

Limitações ao Marketing / Propaganda

(Espontânea e múltipla, em %)

Tipo de restrição para limitações ao Marketing

HORÁRIO DAS PROPAGANDAS
Propagandas veiculadas durante o dia/ deveriam ser somente durante a noite/ propagandas deveriam passar depois das 21hs
Ter um horário específico para a propaganda de produtos infantis/ produtos com personagens infantis
Não veicular propaganda de cerveja/ cosméticos/ nos horários dos desenhos animados
Não deveria veicular propagandas nos horários de programação infantil
Propagandas que falem sobre acidentes/ mortes/ deveriam passar após às 20hs
Propagandas deveriam ser veiculadas somente no período da manhã/ até às 13hs
CONTEÚDO DAS PROPAGANDAS
Deveria ter comerciais mais educativos/ que incentivem a leitura/ brincadeiras ao ar livre/ utilização de parques/ respeito/ educação
Propagandas não deveriam ter linguagem adulta/ deveriam ter linguagem adequada às crianças/ que incentivem a fantasia
Propagandas deveriam mostrar qual a idade adequada para a utilização dos produtos
Não ter palavras que induzam/ incentivem a compra
Não deveria mostrar crianças em propagandas
Não mostrar o rótulo/ a embalagem dos produtos nas propagandas
Não deveria ter propagandas que incentivem a desobediência aos pais
Não deveria ter personagens de desenhos animados/ artistas nos produtos/ nas propagandas
Base: Entrevistados que concordam totalmente ou em parte com a restrição ao marketing voltado às crianças

Total	Filhos	
	3 a 7 anos	8 a 11 anos completos*
20	20	19
8	7	8
5	6	5
2	3	2
1	1	1
1	1	1
1	1	0
13	12	12
4	3	6
4	4	3
1	1	1
1	1	0
1	0	1
1	1	0
1	1	1
1	1	1
299	209	145

45

(*) 11 anos e 11 meses

P10a. E para você, qual tipo de restrição deveria ser feita à propaganda e ao marketing voltados as crianças menores de 12 anos? O que mais? Mais alguma razão?

Continua ...

Limitações ao Marketing / Propaganda

(Espontânea e múltipla, em %)

Tipo de restrição para limitações ao Marketing

... continuação

	Filhos		
	Total	3 a 7 anos	8 a 11 anos completos*
BRINQUEDOS	10	9	9
Não deveria ter propaganda de brinquedos/ jogos que incentivem a violência/ brinquedos com armas	3	3	3
Ter um menor número de propagandas de brinquedos	2	2	1
Deveria ser proibida a veiculação de propagandas de brinquedos	2	1	3
Não ter propagandas de brinquedos mostrando situações adultas (bonecas se beijando/ bonecas que falam/ bonecas que andam)	2	2	1
Ter mais propagandas de brinquedos educativos	1	1	1
Propagandas deveriam explicar os riscos que os brinquedos podem oferecer	1	1	1
ALIMENTAÇÃO	9	11	9
Deveria ser proibida a veiculação de propagandas de guloseimas/alimentos não saudáveis	4	4	4
Que as propagandas de alimentos não sejam apelativas/ não incentivem a compra de alimentos não saudáveis	2	3	1
Propagandas deveriam mostrar a parte nociva dos alimentos	1	1	3
Deveria ter um horário específico para a veiculação de propagandas de alimentos	1	1	1
Proibir a utilização de personagens de desenhos animados/ artistas em guloseimas	1	1	0
QUANTIDADE DE PROPAGANDAS	9	9	11
Ter um menor número de propagandas (s/esp)	6	6	8
Diminuir o número de veiculações de uma mesma propaganda/ propagandas são repetidas várias vezes ao dia	3	3	3
Menor número de propagandas na mesma faixa de horário/ menor número de propagandas pela manhã	1	0	1
Base: Entrevistados que concordam totalmente ou em parte com a restrição ao marketing voltado às crianças	299	209	145

(*) 11 anos e 11 meses

P10a. E para você, qual tipo de restrição deveria ser feita à propaganda e ao marketing voltados as crianças menores de 12 anos? O que mais? Mais alguma razão?

Continua ...

Limitações ao Marketing / Propaganda

(Espontânea e múltipla, em %)

Tipo de restrição para limitações ao Marketing

... continuação

	Filhos		
	Total	3 a 7 anos	8 a 11 anos completos*
FINANCEIRO	8	8	10
Produtos são caros e pais não podem comprar	5	5	6
Obrigar o anunciante a mostrar o preço dos produtos nas propagandas	1	1	2
Não deveria ter propaganda de produtos caros na TV aberta/ somente na TV a cabo onde os consumidores têm o poder aquisitivo maior	1	1	1
APELO SEXUAL / CONTEÚDO ADULTO	7	5	10
Não mostrar cenas de beijos/ sexo nas propagandas	4	4	6
Não deveria mostrar homens e mulheres seminus nas propagandas	4	3	6
BRINDES	4	4	3
Não oferecer brinquedos/ brindes na compra de alimentos que não são saudáveis	3	3	1
Não oferecer brinquedos/ brindes na compra de produtos (s/esp)	1	0	1
PROIBIR A PROPAGANDA DE PRODUTOS PARA CRIANÇAS NA TV	3	3	5
BEBIDAS / ALCOÓLICOS (Deveria ser proibida a veiculação de propagandas de cerveja/ bebidas alcoólicas)	2	2	2
CIGARRO / FUMO (Deveriam ser proibidas as propagandas de cigarro)	1	1	1
PROGRAMAÇÃO (Deveria ter um canal com programação e propagandas só para crianças)	1	1	1
FAZER COM QUE AS PROPAGANDAS NÃO SEJAM ENGANOSAS	1	0	1
NENHUMA RESTRIÇÃO	1	0	1
NÃO SABE	22	23	16
Base: Entrevistados que concordam totalmente ou em parte com a restrição ao marketing voltado às crianças	299	209	145

(*) 11 anos e 11 meses

P10a. E para você, qual tipo de restrição deveria ser feita à propaganda e ao marketing voltados as crianças menores de 12 anos? O que mais? Mais alguma razão?

Textuais

Tipo de restrição para limitações ao Marketing

“Não deveria ter propaganda para as crianças porque às vezes os brinquedos são caros e a mãe não tem dinheiro”.

“Não deveria ter boneca se beijando, mamando, bonecas que falam”.

“Deveria ter menos propaganda na TV”.

“No horário que estão passando os desenhos e programas de crianças não deveria passar cerveja, nem cigarro, nem produtos de adultos, creme de corpo, porque isso influencia a criança usar”.

“Horário inadequado antes das 21 horas”.

“Mostrar menos produtos e falar mais sobre o lado educativo daquele produto.

“Deveria ser propaganda educativa”.

“Deveria ter um comercial mais educativo ex.: brincar em parque, ler livro, incentivar a estudar ”.

“Além de mostrar o produto deveria haver informações educativas e que ensinem respeito e falem sobre educação”.

“Deveria haver uma explicação melhor sobre determinados brinquedos sobre os possíveis riscos que podem oferecer, principalmente para os pequenos”.

“Deveria haver menos propaganda na TV sobre brinquedos e produtos para crianças”.

“Fazer que o anunciante informe sempre o preço do produto”.

“Deveriam ser proibidas as propagandas de guloseimas e cervejas”.

“Não deveria usar crianças em comerciais, porque não deveria mostrar adolescente ou moças muito jovens e bonitas tomando cerveja porque a criança quando vê pensa que aquilo é bom e quando cresce vai querer tomar”.





Sumário conclusivo



Em resumo...

Há aspectos muito relevantes atualmente para os pais de crianças de 3 a 11 anos (violência, cuidados com alimentação e esporte, amizades dos filhos), mas as questões de controle da programação de TV e do conteúdo das propagandas constituem motivos de preocupação para a maioria dos pais, bem como o controle do conteúdo disponível na Internet.

→ Na verdade, a propaganda se relaciona estreitamente aos temas de maior preocupação dos pais, especialmente a violência e a alimentação



As crianças costumam efetuar diversos pedidos e, segundo os pais, a propaganda é o principal agente influenciador desses pedidos. Os principais são:

- **Guloseimas** (chocolates, balas, bolachas, sorvetes)
- **Brinquedos** (bonecas, bicicletas, carrinhos, bolas)
- e, entre os de 8 a 11 anos → **roupas, videogame, dinheiro, computador...**



E a maioria dos pais declara ser influenciado(a) pelos pedidos dos filhos (69%)



Há concordância da grande maioria dos pais de que:

- **a propaganda na TV influencia os filhos na escolha dos presentes**
- **e as propagandas levam os filhos a serem consumistas**



Em consequência, a maioria dos pais é favorável a haver alguma restrição ao marketing e propaganda voltada às crianças.

Na sua opinião, a exposição irrestrita à propaganda pode levar a consequências como:

- **Atitude consumista por parte das crianças**
- **Problemas financeiros aos pais**
- **Hábitos alimentares pouco saudáveis nas crianças**
- **Exposição a temas adultos/ com conteúdo sexual, precocemente**
- **Incentivo à violência**



As principais restrições devem envolver: horários das propagandas, conteúdo (propagandas deveriam ser + educativas, incentivar atividades positivas), tipos de brinquedo (especialmente os relacionados à violência), produtos muito caros ou produtos com apelo sexual.



CONSUMISMO NA INFÂNCIA



Datafolha
INSTITUTO DE PESQUISAS

