

**ETEC CIDADE TIRADENTES
CENTRO PAULA SOUZA
NOVOTEC - NUTRIÇÃO E DIETÉTICA**

ANA BEATRIZ DA COSTA DAVID

GEOVANA ALMEIDA OLIVEIRA

JULIA FONTES MARQUES

LARISSA MARCELA SANTOS

LÍVIA GREJAMIM MARQUES DE OLIVEIRA

LUANA DOS SANTOS ARAUJO

RAFAELLA ANDRADE MORALLES

INFLUÊNCIA DA MÍDIA NA ALIMENTAÇÃO INFANTIL

São Paulo

2024

ANA BEATRIZ DA COSTA DAVID

GEOVANA ALMEIDA OLIVEIRA

JULIA FONTES MARQUES

LARISSA MARCELA SANTOS

LÍVIA GREJAMIM MARQUES DE OLIVEIRA

LUANA DOS SANTOS ARAUJO

RAFAELLA ANDRADE MORALLES

INFLUÊNCIA DA MÍDIA NA ALIMENTAÇÃO INFANTIL

Trabalho de conclusão de curso apresentado ao Curso Técnico em Nutrição e Dietética, como parte dos requisitos necessários à obtenção do título de Técnico em Nutrição e Dietética.

Orientador(a): Prof.^a Natália Carvalho

Co-orientador(a): Jéssica Benazzi.

São Paulo

2024

ANA BEATRIZ, GEOVANA ALMEIDA, JÚLIA FONTES, LARISSA MARCELA,
LÍVIA GREJAMIM, LUANA ARAUJO E RAFAELLA MORALLES

INFLUÊNCIA DA MÍDIA NA ALIMENTAÇÃO INFANTIL

Relatório final, apresentado à
instituição Etec Cidade Tiradentes,
como parte das exigências para a
obtenção do título de Técnico em
Nutrição e Dietética.

Local, de de .

BANCA EXAMINADORA

Prof. Natália Carvalho

Etec Cidade Tiradentes

Prof. Jéssica Benazzi

Etec Cidade Tiradentes

Prof. (Nome do professor avaliador)

Afiliações (Etec Cidade Tiradentes)

AGRADECIMENTO

Inicialmente, agradecemos as nossas orientadoras Natália e Jéssica, pela paciência, competência e por todo comprometimento com nosso grupo. Sem elas não teríamos dado continuidade ao trabalho de maneira tão eficaz.

Agradecemos também a escola EMEF Martin Luther King, por ter nos fornecido o acesso para o contato com as crianças para nossa pesquisa de campo.

E a nossa classe, que sempre respeitou e escutou com atenção a cada apresentação.

RESUMO

A fase da infância é um período de extrema importância para o desenvolvimento, a influência da mídia na alimentação infantil diz a respeito do impacto que os meios de comunicação, como televisão, internet e redes sociais, têm sobre os hábitos alimentares das crianças, agindo de maneira positiva e negativa nas escolhas de hábitos alimentares. Anúncios muitas vezes trazem alimentos com alto teor de açúcares, gorduras e sal, regularmente guiados ao público infantil, trazendo também em seus anúncios personagens e cores vibrantes, tornando-se o alimento mais chamativo. Estudos revelam que 80% das crianças brasileiras até 5 anos consomem alimentos ultraprocessados, esse consumo também é comum entre bebês menores de 2 anos, o pesquisador Gilberto Kac aponta que a falta de conhecimento sobre alimentos e a desigualdade social como fatores que contribuem para esses hábitos alimentares inadequados. A preocupação com a saúde alimentar das crianças, que frequentemente é influenciada pela mídia, justifica a escolha do tema: "influência da mídia na alimentação infantil". A alimentação é essencial para o desenvolvimento infantil, a mídia tem um grande impacto na formação de hábitos alimentares desde a infância, esse assunto é relevante, atual e tem grande impacto. Pesquisa de campo. Este trabalho surgiu da necessidade de analisar e refletir sobre como a influência da mídia continua impactando na alimentação infantil. Foi utilizado um questionário semi-estruturado de 7 perguntas aplicado a 50 alunos do 6º e 7º anos do ensino fundamental. Os alunos foram orientados a responder conforme suas realidades. Os dados coletados foram comparados com artigos científicos para avaliar o impacto da mídia na alimentação infantil, e tanto o questionário quanto os dados foram validados pela equipe. Este trabalho teve o objetivo de verificar a influência que a mídia tem na alimentação infantil, analisar as escolhas alimentares infantis em relação aos produtos divulgados pela mídia e coletar dados da alimentação infantil para identificar a influência da mídia. Os dados da pesquisa indicam que 68% dos alunos se sentem influenciados pela TV a pedir certos alimentos, embora 80% reconheçam que a maioria das propagandas exibe alimentos industrializados doces. Apenas 4% veem alimentos saudáveis nas propagandas. Apesar de 94% sentirem vontade de comer os itens exibidos, apenas 12% preferem esses alimentos, enquanto 28% optam por opções saudáveis e 60% não têm preferência. Além disso, 50% dos alunos afirmam que os

brinquedos dos fast foods influenciam suas escolhas alimentares. A pesquisa analisou o impacto da mídia na alimentação infantil, revelando que anúncios de produtos ricos em açúcares e gorduras influenciam negativamente as escolhas alimentares das crianças. É fundamental que pais e educadores abordem a questão alimentar, e nas escolas, já se observa uma melhoria na oferta de frutas. No entanto, é essencial que tenha essa educação reforçada em casa.

Palavras-chave: Meios de comunicação, Criança, Hábitos alimentares, Publicidade de alimentos, Mídia audiovisual, Influência.

ABSTRACT

Childhood is an extremely important period for development. The influence of the media on children's nutrition refers to the impact that the media, such as television, the internet and social networks, have on children's eating habits, acting positively and negatively on their eating habits. Advertisements often feature foods high in sugar, fat and salt, regularly targeted at children, also featuring characters and vibrant colors in their advertisements, making them the most eye-catching foods. Studies show that 80% of Brazilian children up to the age of 5 consume ultra-processed foods. This consumption is also common among babies under the age of 2. Researcher Gilberto Kac points out that lack of knowledge about food and social inequality are factors that contribute to these inadequate eating habits. The concern for children's nutritional health, which is often influenced by the media, justifies the choice of the theme: "influence of the media on children's nutrition". Nutrition is essential for child development. The media has a great impact on the formation of eating habits from childhood. This subject is relevant, current and has a great impact. Field research. This study arose from the need to analyze and reflect on how the influence of the media continues to impact children's diets. A semi-structured questionnaire with 7 questions was applied to 50 students in the 6th and 7th grades of elementary school. The students were instructed to respond according to their realities. The data collected were compared with scientific articles to assess the impact of the media on children's diets, and both the questionnaire and the data were validated by the team. This study aimed to verify the influence that the media has on children's diets, analyze children's food choices in relation to products advertised by the media, and collect data on children's diets to identify the influence of the media. The survey data indicate that 68% of the students feel influenced by TV to order certain foods, although 80% recognize that most advertisements show sweet processed foods. Only 4% see healthy foods in the advertisements. Although 94% feel like eating the items shown, only 12% prefer these foods, while 28% opt for healthy options and 60% have no preference. Furthermore, 50% of students say that fast food toys influence their food choices. The research analyzed the impact of the media on children's diets, revealing that advertisements for products rich in sugar and fat negatively influence children's food choices. It is essential that parents and educators address the issue of food, and in

schools, there has already been an improvement in the supply of fruit. However, it is essential that this education be reinforced at home.

Keywords: Media, Children, Eating habits, Food advertising, Audiovisual media, Influence.

Sumário

1.0 INTRODUÇÃO.....	11
2.0 OBJETIVOS.....	13
2.1 Objetivo geral.....	13
2.2 Objetivo específicos.....	13
3.0 METODOLOGIA.....	13
4.0 DESENVOLVIMENTO.....	15
4.1 Desenvolvimento infantil.....	15
4.2 Formação de hábitos alimentares.....	16
4.2.1 Hábitos Alimentares.....	17
4.3 Comportamento alimentar infantil.....	18
4.4 Influências alimentares.....	18
4.4.1 Influências parentais.....	19
4.4.2 Influências ambientais.....	20
4.4.3 Influência da cantina escolar.....	21
4.5 Influências da mídia na alimentação infantil.....	22
4.5.1 Estratégias de marketing.....	23
4.5.2 Fatores de risco.....	24
4.6 Políticas públicas.....	25
4.6.1 Sistema Único de Saúde (SUS).....	25
4.6.2 Guia Alimentar.....	25
5.0 RESULTADOS E DISCUSSÕES.....	26
5.1 Resultados.....	26
6.0 CONCLUSÃO.....	33
7.0 REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	34

1.0 INTRODUÇÃO

A fase da infância é um período de extrema importância para o desenvolvimento, e que pode refletir durante a vida toda. A influência da mídia na alimentação infantil refere-se ao impacto que os meios de comunicação, como televisão, internet, redes sociais e publicidade, têm sobre os hábitos alimentares das crianças. A mídia exerce influência negativa nas escolhas e hábitos em relação ao alimento para as crianças (OLIVEIRA TS e POLL FA, 2017)

Anúncios de alimentos ricos em açúcar, gordura e sal, frequentemente dirigidos a um público infantil, podem moldar de maneira significativa as escolhas alimentares das crianças, promovendo um consumo excessivo de produtos não saudáveis e que podem desencadear doenças crônicas não transmissíveis, como diabetes, hipertensão arterial, obesidade entre outras doenças. Além disso, programas de TV e vídeos online muitas vezes apresentam personagens populares consumindo alimentos pouco nutritivos, reforçando ainda mais esses comportamentos. (ENGLER, GUIMARÃES e LACERDA, 2016)

Essa influência negativa é corroborada por dados estatísticos que destacam a extensão do problema. Estudo inédito coordenado por pesquisadores da Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ) mostra que 80% das crianças brasileiras de até 5 anos costumam consumir alimentos ultraprocessados, como biscoitos, farinha e refrigerantes. (JANONE, 2021)

Segundo a pesquisa, o consumo dos alimentos ultraprocessados também faz parte da rotina de bebês menores de 2 anos, grupo que menos ingere frutas e hortaliças no Brasil, alimentos que deveriam compor a base da alimentação infantil. (JANONE, 2021)

O pesquisador do Instituto de Nutrição Josué de Castro da UFRJ, Gilberto Kac, aponta a falta de conhecimento sobre as propriedades dos alimentos como um dos motivos para os responsáveis alimentarem os filhos com esses produtos. Outro fator que ele destaca é a desigualdade social. (JANONE, 2021)

De acordo com (CECCATTO et al., 2018) os alimentos atrativos para as crianças têm em sua maioria um valor alto em sacarose ou sódio, sendo prejudicial à saúde.

A cultura do consumo se faz presente de maneira substancial na contemporaneidade e que a busca pelo lucro, essa questão levanta preocupações sobre a responsabilidade social das empresas e a necessidade de regulamentações mais rígidas. A promoção de uma alimentação saudável para as crianças é essencial para combater esse problema crescente. (SILVA et al., 2018)

Que modo a influência na mídia de promoção de alimentos não saudáveis contribui para o aumento da obesidade infantil. É pela exposição constante a campanhas publicitárias de alimentos não saudáveis podem levar a escolhas alimentares prejudiciais, causando um aumento na obesidade infantil, contribuindo que os indivíduos tenham uma desinformação nutricional quando veem anúncios e conteúdos promocionais, isso gera uma adoção de hábitos alimentares inadequados, causando uma boa fama para os alimentos que fazem mal. (SANTOS e SCHERER, 2014)

A preocupação com a saúde e o bem-estar das crianças, da qual alimentação é, em grande parte, influenciada pela mídia, justifica a escolha do tema “Influência da Mídia na Alimentação Infantil”. O índice de sobrepeso entre crianças menores de 5 anos é de 14,8%, sendo que 7% já apresentam obesidade, um número alarmante que só tende a aumentar.

Considerando que a alimentação é crucial para o desenvolvimento físico e cognitivo das crianças e que a mídia desempenha um papel significativo na formação dos hábitos alimentares desde a infância, torna-se evidente a importância deste tema. Este assunto é relevante, atual e de grande impacto social, oferecendo uma oportunidade significativa de contribuição acadêmica e prática para a melhoria da saúde infantil.

2.0 OBJETIVOS

2.1 Objetivo geral

Verificar a influência que a mídia tem na alimentação infantil.

2.2 Objetivo específicos

Analisar as escolhas alimentares infantis em relação aos produtos divulgados pela mídia.

Coletar dados da alimentação infantil para identificar a influência da mídia.

3.0 METODOLOGIA

O trabalho foi iniciado realizando pesquisas sobre possíveis temas para abordar. Em busca de um assunto relevante e atual, foi encontrado o tema, "Influência da mídia na alimentação infantil", inspirado no artigo científico "O papel do neuromarketing na alimentação infantil" escrito por Adelaide Cândida Gonçalves.

Através da escolha do tema, o trabalho teve continuidade realizando pesquisas, buscando por artigos que envolviam a alimentação infantil, para realizar fichamentos e dar início ao trabalho escrito.

Foi introduzido buscando pela atuação do técnico em nutrição dirigido a alimentação infantil, que é considerável para ajudar as crianças a terem uma alimentação saudável, logo após, foi realizado as pesquisas com os dados estatísticos para explorar e apresentar dados, problematização para delimitar e definir os objetivos do trabalho, hipóteses que tem como objetivo responder ao problema de pesquisa, permitindo que as relações entre as variáveis sejam estudadas, e justificativa para mostrar o porquê este tema foi escolhido e qual sua importância. E assim chegar aos objetivos gerais e específicos.

Para realizar as pesquisas do trabalho foi utilizado artigos científicos, sendo 30 artigos somente para as revisões bibliográficas, procurados através das palavras-chave: Meios de comunicação, Criança, Hábitos alimentares, Publicidade de alimentos, Mídia audiovisual, Influência. Referente aos anos de 2014 a 2024.

Todos os artigos do trabalho foram buscados no Google Acadêmico com o idioma em português. Abordando tópicos importantes a serem expostos sobre como a mídia tem grande impacto na vida das crianças.

Para a pesquisa de campo, foram produzidas perguntas com o objetivo de analisar a influência que a mídia tem nas escolhas alimentares das crianças. Foi preciso entrar em contato com a diretora de uma escola, para realizar o questionário

semi-estruturado de 7 perguntas com crianças do 6º e 7º ano do ensino fundamental. Esta pesquisa descritiva foi desenvolvida com uma abordagem quantitativa.

Foi realizado uma carta de consentimento explicativa, sobre como seria a dinâmica feita com as crianças para entender as suas preferências alimentares. Após a carta de consentimento, foram feitas autorizações para as crianças entregarem a seus responsáveis, permitindo que fosse usado os dados para concluir o trabalho.

Após a autorização ser confirmada, as integrantes do trabalho foram à escola, realizaram uma breve explicação para as crianças sobre o questionário, pediram que respondessem as perguntas conforme suas realidades. O questionário foi aplicado presencialmente com papel físico. Após os questionários respondidos, foi adquirido dados de 50 alunos para chegar ao objetivo do trabalho.

Foram coletados os dados das crianças, e foram feitos os resultados e discussões, realizando um comparativo com artigos científicos para analisar as diferenças de como a mídia influenciou e continua influenciando na alimentação infantil. E por fim, foi concluído o objetivo do trabalho, que era refletir e analisar sobre como a mídia influencia de forma negativa a alimentação infantil e como isso pode desencadear consequências futuras em suas vidas.

4.0 DESENVOLVIMENTO

4.1 Desenvolvimento infantil

O Desenvolvimento Infantil (DI) é parte fundamental do desenvolvimento humano, destacando-se que, nos primeiros anos, é moldada a formação cerebral, a partir da interação entre herança genética e influências do meio em que a criança vive. (SOUZA e VERÍSSIMO, 2015)

O desenvolvimento infantil é uma série de capacidades e habilidades inter-relacionadas e interdependentes juntas. As principais características nesta perspectiva incluem a linguagem (expressiva e receptiva), as habilidades motoras (amplas e finas), capacidades cognitivas e aspectos socioemocionais da criança. Quando as condições socioeconômicas, nutricionais, de estimulação cognitiva, cuidados na primeira infância e de saúde infantil e materna são adequadas para o desenvolvimento da criança, estas capacidades e habilidades tendem a se manifestar de forma similar em diferentes contextos socioculturais. (MUNHOZ et al., 2021)

O desenvolvimento infantil é um processo que possui manifestações não só de fatores genéticos, mas também dos estímulos e condições do ambiente em que a criança é exposta ou vive, como cuidados de higiene e alimentação. (VENANCIO et al., 2020)

No Brasil e no mundo, existem diversos fatores que favorecem a alimentação irregular da população, como a desigualdade social que resulta na falta de alimentos de qualidade, em quantidades necessárias, na higienização e em contrapartida, rotinas cansativas e a falta de tempo estimularam a preferência da população por alimentos industrializados e de rápido preparo. A introdução de alimentos saudáveis e seguros de forma adequada na infância tem o poder de prevenir carências nutricionais, o que diminui significativamente as taxas de morbimortalidade infantil, ajudando também na formação de hábitos alimentares. A falta de alimentos saudáveis no cotidiano da criança pode provocar diferentes formas de deficiências nutricionais que podem prejudicar o desenvolvimento e crescimento das crianças, podendo ter repercussões a vida inteira. (VENANCIO et al., 2020)

A qualidade dos alimentos complementares oferecidos possui grande impacto no desenvolvimento infantil, não só relacionado à perspectiva nutricional, mas

também afetiva e cognitiva. Os nutrientes oferecidos contribuem para o desenvolvimento de tecidos, sistemas corporais e influenciam na construção de costumes e rotinas saudáveis que permanecem no decorrer da vida, ajudando a ter uma vida saudável. (VENANCIO et al., 2020)

4.2 Formação de hábitos alimentares

A infância é o período em que a criança desenvolve toda a sua formação, inclusive os hábitos alimentares. Os meios de comunicação tem uma influência considerável no consumo dos alimentos onde acabam influenciando seus hábitos. Os alimentos são os produtos mais anunciados pela mídia, estes, na maioria das vezes são ricos em gorduras, açúcares ou sal, e, não contém os nutrientes necessários para uma alimentação saudável. As crianças não possuem maturidade suficiente para discernir entre o bom e ruim e acabam optando por guloseimas ao invés de frutas ou verduras. Esse trabalho visa mostrar os danos de uma má alimentação na infância, a influência da mídia no comportamento alimentar e a relação entre mídia e a formação dos hábitos alimentares. (CARVALHO et al., 2016)

- Uma alimentação saudável precisa ser necessariamente ofertada em quantidades suficientes e estar completa em questão de qualidade. Além disso, seus componentes devem estar organizados de forma harmoniosa e adequada à sua finalidade e ao organismo.

Muitos de nossos hábitos alimentares são formados desde os primeiros anos de vida, as crianças não têm uma capacidade inata para escolher alimentos com base em seu valor nutricional; pelo contrário, seus hábitos são aprendidos a partir da experiência, da observação e da educação. As preferências e aversões alimentares são estabelecidas nos primeiros anos e continuam até a fase adulta. Dessa forma, as principais influências na ingestão alimentar durante os anos de desenvolvimento incluem o ambiente escolar, família e mídia. (SANTANA et al., 2015)

A formação de hábitos alimentares saudáveis começa na infância, razão pela qual a escola é um local importante para o desenvolvimento de atividades, projetos e ações que levem ao desenvolvimento. É fundamental que os professores possam desenvolver com os alunos atividades educativas que contribuam para uma alimentação saudável, levando em consideração a idade, a cultura da região e a

situação financeira dos envolvidos. As atividades devem contribuir para a compreensão dos alunos e para que possam entender o conteúdo aprendido aos pais, familiares e a comunidade na qual vive. O professor, por meio de projetos pedagógicos criativos, inovadores, interdisciplinares, participativos e em conjunto com a família, pode realizar ações para a melhoria do conhecimento sobre alimentação, a qualidade de vida a curto e longo prazo e desenvolvendo novos e saudáveis hábitos de alimentação nos alunos. (CONCEIÇÃO et al., 2022)

4.2.1 Hábitos Alimentares

Segundo (APARÍCIO 2005 apud DGS, 2016) o peso do ambiente sócio-familiar, biofísico e ecológico tem um impacto decisivo na condição de saúde da população, especialmente infantil. A conexão entre os hábitos alimentares, preservação de saúde e doenças crônicas não transmissíveis, está se tornando muito perceptível nos últimos anos, pois a alimentação pode exercer influência decisiva sobre o estado de saúde das crianças.

Com isso, é fundamental a introdução de hábitos alimentares saudáveis e atividade física regular, com o objetivo de assegurar que a criança adote um estilo de vida saudável e o mantenha na vida adulta. (DURÉ ML et al., 2015)

Segundo (FIDELIX 2012 epud PELEGRINE e PETROSKI, 2015) o fato da criança possuir TV no quarto faz com que ela não tenha todas as refeições necessárias, e que em sua maioria eles beliscam enquanto assistem, sendo produtos ultraprocessados que geralmente possuem altas calorias, deficiência em vitaminas e minerais.

De acordo com o estudo recente, mais de 40% das crianças consomem alimentos ultraprocessados (AUPs), sendo as bolachas recheadas, chocolates, doces (21,8%), seguida de bebidas doces (20,0%) e macarrões instantâneos, salgadinhos de pacote, biscoitos salgados (18,5%) os mais prevalentes (RELVAS GRB et al., 2018)

Culpa dessas compras é que houve uma mudança no perfil consumidor das crianças, as quais estão mais independentes e consumistas, opinando nas compras das

famílias, devido ao aumento no tempo de permanência em frente à televisão. (SILVA, 2012 apud FIDELIX, 2015)

4.3 Comportamento alimentar infantil

Sabe-se que o comportamento alimentar começa a ser formado desde os primeiros anos de vida e os hábitos alimentares da idade adulta estão relacionados com os aprendidos na infância. Além disso, mudanças de comportamento com o avançar da idade tendem a ser mais difíceis de serem alcançadas. Essas condições demonstram a importância de se investigar comportamentos alimentares em idades precoces e sugerem que ações voltadas para a promoção de hábitos alimentares saudáveis deveriam incidir com maior ênfase na infância. (PASSOS et al., 2015)

As mídias e o tempo de tela têm grande influência no comportamento sedentário de crianças e adolescentes tornando-as menos ativas fisicamente e assim propensas a desenvolver algum grau de obesidade, e conseqüentemente problemas de saúde relacionados. Desta maneira, a família em conjunto com a educação nutricional está entre as principais formas de mudança no comportamento deste público. É necessário organizar e fortalecer atividades em sala de aula, pautadas na alimentação saudável além da prática esportiva, estimular e criar condições para a prática de atividade física. (VIEIRA, 2015)

4.4 Influências alimentares

A infância é o período em que a criança desenvolve toda a sua formação, inclusive os hábitos alimentares. Os meios de comunicação têm uma influência considerável no consumo dos alimentos onde acabam influenciando seus hábitos. Os alimentos são os produtos mais anunciados pela mídia, estes, na maioria das vezes são ricos em gorduras, açúcares ou sal, e, não contém os nutrientes necessários para uma alimentação saudável. As crianças não possuem maturidade suficiente para discernir entre o bom e ruim e acabam optando por guloseimas ao invés de frutas ou verduras. Esse trabalho visa mostrar os danos de uma má alimentação na infância, a influência da mídia no comportamento alimentar e a relação entre mídia e a formação dos hábitos alimentares. (CARVALHO, 2016)

Uma alimentação saudável precisa ser necessariamente ofertada em quantidades suficientes e estar completa em questão de qualidade. Além disso, seus componentes devem estar organizados de forma harmoniosa e adequada à sua finalidade e ao organismo. (SANTANA et al., 2015)

Muitos de nossos hábitos alimentares são formados desde os primeiros anos de vida. As crianças não têm uma capacidade inata para escolher alimentos com base em seu valor nutricional; pelo contrário, seus hábitos são aprendidos a partir da experiência, da observação e da educação. As preferências e aversões alimentares são estabelecidas nos primeiros anos e continuam até a fase adulta. Dessa forma, as principais influências na ingestão alimentar durante os anos de desenvolvimento incluem o ambiente escolar, família e mídia. (SANTANA et al., 2015)

A formação de hábitos alimentares saudáveis começa na infância, razão pela qual a escola é um local importante para o desenvolvimento de atividades, projetos e ações que levem ao desenvolvimento. É fundamental que os professores possam desenvolver com os alunos atividades educativas que contribuam para uma alimentação saudável, levando em consideração a idade, a cultura da região e a situação financeira dos envolvidos. As atividades devem contribuir para a compreensão dos alunos e para que possam entender o conteúdo aprendido aos pais, familiares e a comunidade na qual vive. O professor, por meio de projetos pedagógicos criativos, inovadores, interdisciplinares, participativos e em conjunto com a família, pode realizar ações para a melhoria do conhecimento sobre alimentação, a qualidade de vida a curto e longo prazo e desenvolvendo novos e saudáveis hábitos de alimentação nos alunos. (CONCEIÇÃO et al., 2022)

4.4.1 Influências parentais

Os hábitos dos pais tendem a ser copiados pelos filhos em suas práticas diárias. A maioria dos pais apresentam dificuldades de identificar os problemas alimentares nos membros da família. Isso ocorre porque senão a família já existe uma dificuldade de uma alimentação saudável automaticamente vai se passar esses hábitos para os filhos, não fazendo com que percebam o quanto estão errados nessa educação alimentar. Os hábitos alimentares adquiridos na infância serão repetidos na fase adulta. É necessário haver mais esforços por parte dos nossos familiares, com a implantação

de programas educacionais voltados para a família e a escola, através de políticas públicas, ou ampliação de ações intersetoriais que repercutem de forma positiva sobre os determinantes de saúde e nutrição. (SANTOS et al., 2023)

Hoje nas escolas já existe um programa de alimentação saudável, que ajuda desde da educação infantil a oferecer às crianças vários tipos de alimentos, fazendo assim que tenham esse contato diário com uma alimentação saudável. (SANTOS et al., 2023)

Dessa forma, a alimentação infantil é determinada por suas referências, tanto na escola como em casa, cabendo também aos pais oferecer alimentos, aumentando suas preferências e ajudando na mudança dos hábitos. (CARVALHO et al., 2016)

Deve-se lembrar que os pais são espelhos para os filhos e se em casa ele começa desde cedo com esses hábitos saudáveis ele levará para todo o sempre. (ROCHA, 2023)

Muitos pais por sua vez não controlam esse tempo que seu filho destina a esse meio de comunicação e muitos responsáveis nem mesmo sequer possuem hábitos saudáveis que possam servir de exemplo. (ROCHA, 2023)

Os padrões e hábitos alimentares da população vêm mudando nos últimos anos, principalmente em virtude das transformações que marcam o mundo contemporâneo, como a urbanização, a industrialização crescente, a relação entre tempo e espaço, as múltiplas atribuições da mulher na família e no trabalho. Mesmo sabendo da importância dessa escolha alimentar dos filhos por parte de pais e educadores, é possível perceber muitas vezes um consumo crescente dentro das famílias de alimentos ultraprocessados, concomitantemente a aceleração do crescimento das indústrias de produtos processados. (BARROS, 2015)

4.4.2 Influências ambientais

Neste quadro dos alimentos infantis, a alimentação em idade escolar é influenciada principalmente pelo convívio em sociedade e o tempo que ela passa na escola. O ambiente escolar tem um papel fundamental para a criança, pois é um referencial na educação do ser humano. A simples disponibilidade dos alimentos nas

escolas já atua nos hábitos alimentares e o consumo excessivo de alimentos. A cantina, por ser presente no dia a dia na vida das crianças, tem um papel significativo no consumo de alimentos, sendo uma das maiores influências na formação dos hábitos alimentares, juntamente com a família. Assim, o estudo de consumo de alimentos nas cantinas escolares é de extrema importância, pois no ambiente escolar pode-se desenvolver uma série de doenças relacionadas à má alimentação, em um ambiente sem a presença dos pais. (PEREIRA et al., 2019)

Diversos fatores ambientais, na primeira infância, influenciam e induzem ao desenvolvimento da obesidade infantil. Um ambiente "obesogênico" é definido como uma conjunção, que está incluído diversos aspectos que estão relacionados a possíveis causas e efeitos que geram a obesidade e essa situação contribui para o desenvolvimento da obesidade infantil. (FISBERG et al., 2016)

Desta forma, ainda segundo (FISBERG e COLABORADORES, 2016), pode-se compreender que o ambiente obesogênico é um contexto no qual diversos comportamentos estão associados à escolhas de alimentos processados, com alto valor energético e à ausência de alimentos ricos em fibras e vitaminas.

4.4.3 Influência da cantina escolar

Segundo (BRIGGS e SAFFAI 2018), o ambiente escolar é um local importante para o desenvolvimento de estratégias de intervenção para a formação de hábitos de vida saudáveis. Porém, por existir o comércio de alimentos nas escolas, a cantina, onde ocorre vendas de muitos produtos industrializados acaba por não ajudar na saúde alimentar das crianças.

Diversos estudos demonstram que alimentos com excesso de gorduras, sal e açúcares, são os mais comercializados em cantinas escolares. Assim, o consumo de alimentos saudáveis é necessário ser essencial, pois na escola pode-se desenvolver uma muitas doenças relacionadas à má alimentação por meio do consumo de alimentos hipercalóricos em um espaço onde as crianças escolhem o que comer sem a supervisão dos pais. (PEREIRA, BARROS e HEMAIS, 2003 apud REGO, 2019)

Atualmente os alimentos mais consumidos nas cantinas escolares são salgados assados e fritos com embutidos, além de doces, balas, sucos e bebidas açucaradas,

entre outros. Comprados quase todos os dias não só por alunos como professores, o que acaba sendo uma referência para as crianças. (RUWER e MAINBOURG, 2015)

4.5 Influências da mídia na alimentação infantil

Com o passar dos anos o padrão alimentar das crianças tem sido modificado e influenciado pela indústria alimentícia que utiliza as mídias digitais para conseguir mudar a perspectiva dos pais e das crianças, apresentando a ideia de que alimentos que duram mais nas prateleiras, nas geladeiras, mais coloridos, mais fácil no armazenamento e preparo são mais vantajosos. (SILVA e NUNES, 2021)

Segundo (MELANI et al., 2015) As principais estratégias utilizadas pela mídia de redes sociais, streams e televisão é apresentar o objeto de comer, a ilusão/fantasia, a família/amizade, e despertar uma curiosidade do sabor do alimento junto com outros meios como, personagens animados, músicas e propagandas.

Por serem crianças, os brinquedos são bastante utilizados para influenciá-las, mas os interesses dos alimentos para as crianças vão muito além disso. é possível ver que nesses anúncios e propagandas a influência por uma alimentação Verde, orgânica, saudável não existe. Logo percebe-se os recursos utilizados para sensibilizar e emocionar o público, para conseguirem terem mais lucro. (MELANI et al., 2015)

Pode-se dizer que é importante analisar e estudar a influência da mídia na infância, pois essa é a fase que está em desenvolvimento, formando hábitos que estarão presentes na vida adulta da criança. Os meios de comunicação têm uma influência muito forte na alimentação do período infantil e a mídia consegue influenciar muito fácil as crianças exatamente por não saberem o suficiente sobre o que é bom ou ruim, influenciados por terem hábitos prejudiciais à saúde. (CARVALHO e TAMASIA, 2016)

As estratégias que as mídias aplicam para persuadir as crianças tem se tornado algo normal, fazendo delas parte de uma sociedade consumista, afetando o psicológico, físico e trazendo uma série de riscos para elas, por isso é importante um cuidado maior com toda a influência que a mídia causa nas crianças. (MATOSO et al., 2019)

4.5.1 Estratégias de marketing

A publicidade de produtos alimentícios voltados para crianças exerce um papel significativo no campo do marketing dirigido a esse público, utilizando abordagens visualmente atrativas, como cores vibrantes e personagens animados, com o propósito de chamar a atenção das crianças. (MAGNAVITA e SANTOS, 2024)

A influência da publicidade na alimentação infantil se trata de uma temática importante diante do marketing e propagandas problemáticas sendo usadas pelas empresas alimentícias para atrair o público infantil à consumir produtos gordurosos e ultraprocessados, fazendo com que sua alimentação seja não saudável. É primordial conscientizar pais e educadores sobre como a publicidade dirigida ao público infantil pode se aproveitar da vulnerabilidade da criança influenciando nos maus hábitos alimentares, mas também, mostrar os benefícios de uma alimentação saudável. (ASSIS et al., 2021)

A publicidade de alimentos na TV aberta brasileira é voltada para alimentos ultraprocessados, com a maioria dos anúncios utilizando estratégias persuasivas de marketing. Estas estratégias incluem o poder da publicidade, ofertas de prêmios e alegações de benefícios da marca. A análise revelou padrões de publicidade identificados, cada um associado a diferentes grupos de alimentos ultraprocessados. Os resultados indicam uma falta de aplicação da legislação reguladora atual no país em relação à publicidade de alimentos. São (14,16%) anúncios específicos de alimentos ou bebidas. A maioria (90,77%) dos anúncios são de alimentos ultraprocessados, sendo refrigerantes (28,90%) e restaurantes de fast food (13,80%). (SANTANA, 2020)

As decisões sobre alimentação infantil são influenciadas por diversos fatores, o marketing destaca-se como um influenciador das escolhas relacionadas à alimentação infantil. As mães nem sempre percebem o impacto que a influência do marketing e da publicidade causa em suas escolhas com seus filhos. (JARDIM, 2021)

A propaganda ou marketing de alimentos envolve a utilização de técnicas e estratégias sugestivas para moldar e influenciar a atitude, a preferência e os hábitos

alimentares das crianças. Desse modo, crianças são comumente expostas a campanhas publicitárias de alimentos por meio de dispositivos tecnológicos pela mídia, muitas vezes de uma forma inevitável. Para combater essa situação, diferentes nações ao redor do mundo estão começando a teorizar novas políticas para melhor proteger as crianças. (MUNIZ et al., 2023)

4.5.2 Fatores de risco

Com a mudança na alimentação infantil dada por conta do crescimento de novas modalidades de alimentos que facilitam o transporte, o armazenamento, o preparo e até mesmo o consumo. O estado nutricional das crianças representa uma influência decisiva nos riscos de morbimortalidade, no crescimento e no desenvolvimento infantil. (MELLO et al., 2016)

O que mais contribui com isso é o consumo exacerbado de alimentos de alta densidade energética e diminuição do consumo de alimentos ricos em fibras, gerando um aumento no excesso de peso e obesidade que são um dos principais fatores de riscos para as doenças crônicas não transmissíveis (DCNTs). Apesar da mortalidade de algumas DCNTs estarem apresentando diminuição, ainda é preciso gerar informações sobre tais doenças e expor seus fatores de risco, pois quando não tratadas de maneira correta podem gerar grandes ameaças. (AZEVEDO et al., 2014)

Segundo (FERREIRA, 2015), esses alimentos que contém aditivos químicos estão cada vez mais inseridos de forma elevada na alimentação trazendo sérios problemas de saúde a curto e longo prazo principalmente para as crianças que são as maiores consumidoras desses produtos, visto que, a indústria investe maciçamente na adição desses ingredientes nos alimentos para melhorar as suas características sensoriais, tornando-os mais atrativos e desejados. (FERREIRA, 2015)

O hábito de assistir à televisão faz com que crianças e adolescentes adotem um padrão alimentar não saudável, pois são expostos a inúmeros anúncios que podem influenciar as preferências alimentares e o consumo em curto prazo. Além disso, produtos industrializados contêm elevado teor de sódio, açúcares e gorduras dos padrões alimentares da criança e, conseqüentemente, do adulto. (FERREIRA, 2015)

A Sociedade Brasileira de Pediatria (WEFORT et al, 2012) enfatiza a importância de estimular o consumo de leite e derivados para atingir as necessidades de cálcio e restringir o consumo de alimentos industrializados (enlatados, salgadinhos, embutidos, refrigerantes e demais produtos ricos em gorduras, sal e açúcares). Também orienta para reduzir o tempo de atividades sedentárias como assistir à televisão. (LUCCHINI e ENES, 2014)

4.6 Políticas públicas

4.6.1 Sistema Único de Saúde (SUS)

O Sistema Único de Saúde (SUS) representa um posicionamento que propõe uma sociedade mais justa, equânime e cidadã. Neste sentido, este trabalho busca, nos princípios que fundamentam o SUS, propor reflexões sobre a capacidade de as políticas públicas de saúde disputarem agenda em outros campos sociais, como na construção de mundo provocada pelos meios de comunicação, propondo intervenções, especificamente na regulamentação da publicidade infantil de alimentos, para o combater a influência da mídia na alimentação infantil, ele oferece atendimento nutricional de graça à população. (SILVA, 2021)

4.6.2 Guia Alimentar

O guia é um documento oficial que aborda os princípios e recomendações para uma dieta adequada e saudável para a população brasileira, configurando-se como instrumento de apoio às ações de educação alimentar e nutricional no SUS e também em outros setores. De acordo com o guia, as crianças são cada vez mais alvo de publicidade de alimentos. Isto acontece porque influenciam as decisões de compra das famílias e também porque desenvolvem hábitos de consumo que podem durar a vida toda. A publicidade dirigida ao público infantil utiliza os elementos que eles mais gostam, chamando a atenção. (GUIA ALIMENTAR, 2014)

Segundo o guia alimentar, para combater essa influência midiática, é importante educar as crianças sobre o verdadeiro propósito da publicidade, que é aumentar as vendas e não informar ou educar. Sugere limitar o tempo que as crianças passam a ver televisão para reduzir a exposição à publicidade e encorajar um comportamento ativo. Recomenda-se que as escolas sejam livres de publicidade e que o currículo aborde a publicidade para que os alunos possam compreendê-la. Destaca a importância de conhecer a legislação, como o Código de Defesa do Consumidor, que proíbe a publicidade enganosa e abusiva, e como entrar em contato com órgãos públicos, se necessário. (GUIA ALIMENTAR, 2014)

5.0 RESULTADOS E DISCUSSÕES

5.1 Resultados

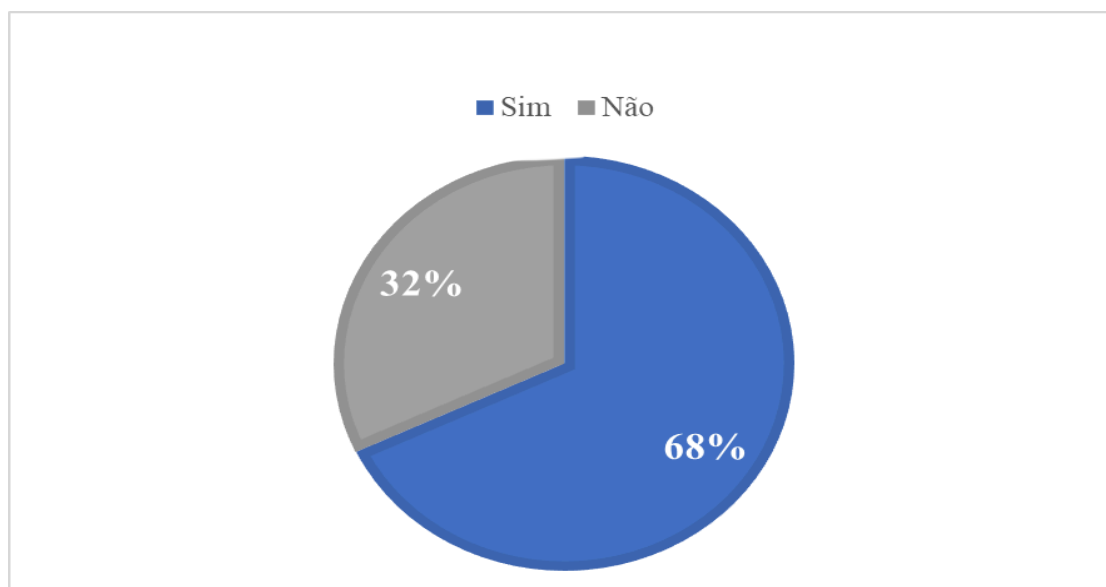
Nesta seção, são apresentados os resultados obtidos a partir da pesquisa realizada com 50 alunos do 6º e 7º ano do ensino fundamental. Essa pesquisa foi realizada por meio de um questionário composto por 7 perguntas sobre a influência da mídia na alimentação infantil.

Os dados coletados indicam uma forte correlação entre a exposição a comerciais de TV, publicidades e internet nas escolhas alimentares das crianças.

A atuação do técnico em nutrição é de extrema importância nesse contexto, pois o profissional pode desenvolver campanhas educativas e ações de conscientização. Além disso, pode orientar tanto as crianças quanto os pais sobre escolhas alimentares saudáveis.

Ele também pode atuar em escolas, contribuindo para amenizar os efeitos da mídia, promovendo hábitos alimentares mais equilibrados e ajudando a reduzir a influência de alimentos ultraprocessados.

A influência da publicidade televisiva na escolha alimentar de crianças: Um estudo empírico.



Fonte: Próprios autores

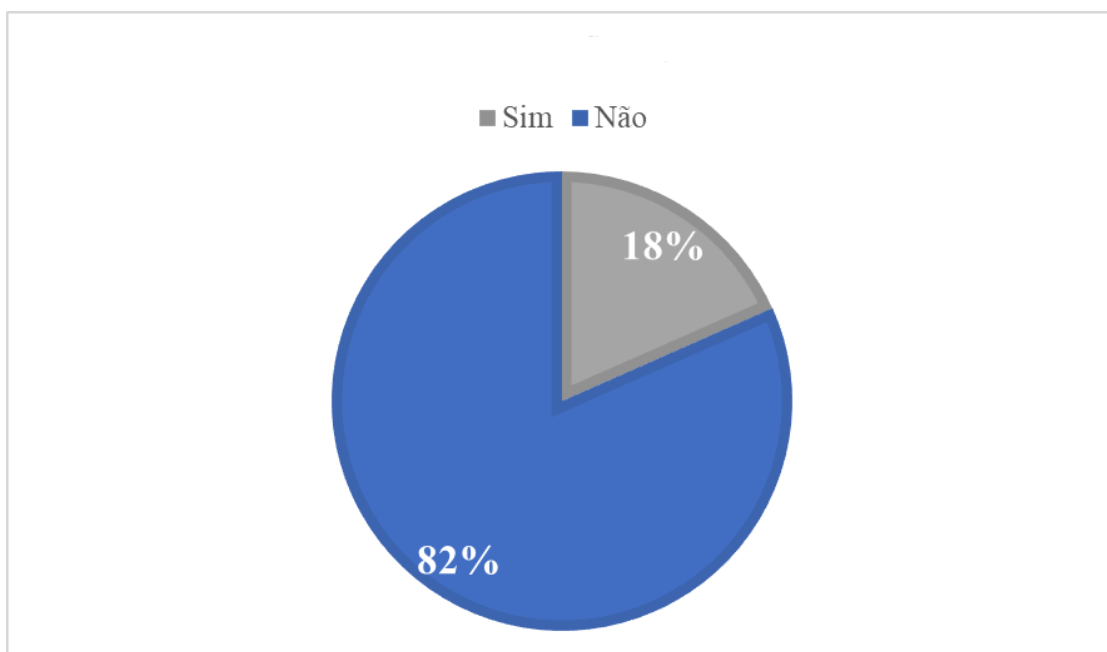
Obteve os seguintes resultados:

- 68% se sentem influenciados nessa questão.

Discussão

Segundo os dados do questionário dos estudos de (FERREIRA et al., 2024), 90% dos responsáveis disseram que as crianças têm o costume de pedir doces. Em relação às bebidas com alto teor de açúcar, 84% dos responsáveis apontaram que suas crianças pedem. Já alimentos como Fast Food, 83% das crianças pedem.

Efeito da publicidade na percepção de qualidade nutricional.



Fonte: Próprios autores

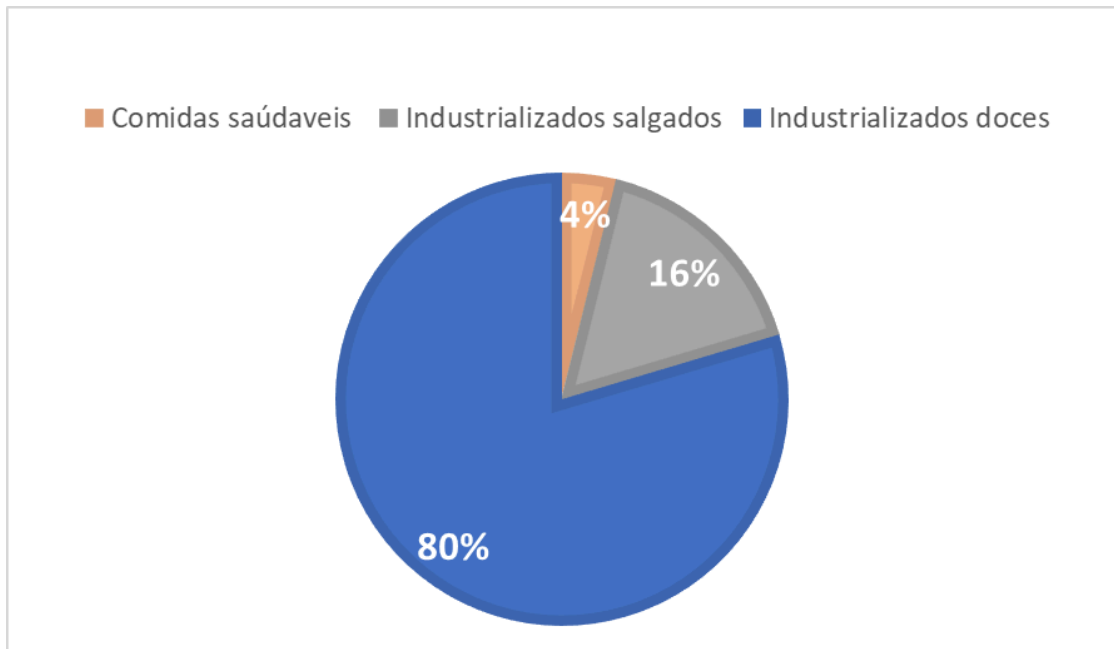
Obteve os seguintes resultados:

- 82% estão de acordo que não são saudáveis.

Discussão

Onde nos estudos de (ALCÂNTARA et al., 2019) os alimentos frequentemente vistos foram os industrializados, segundo os alunos, o que indica o conhecimento do que é ou não saudável.

Prevalência de alimentos industrializados em comerciais de televisão.



Fonte: Próprios autores

Obteve os seguintes resultados:

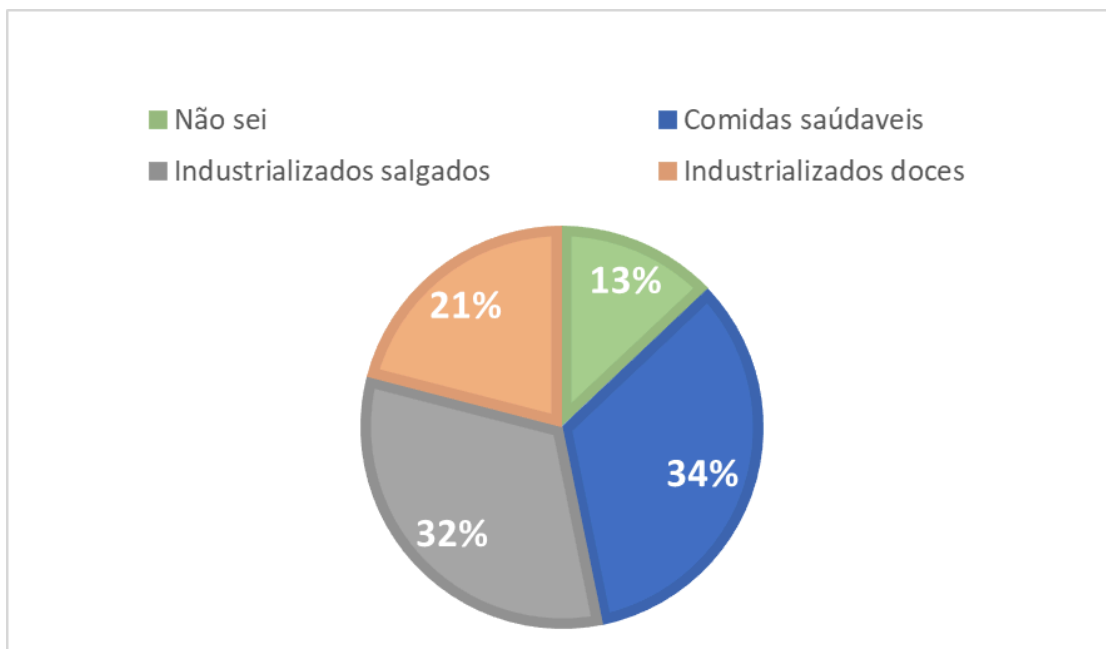
- Em soma 96% ve alimentos industrializados salgados e doces, enquanto apenas 4% ve alimentos saudáveis.

Discussão

O que corresponde aos estudos de (ALCÂNTARA et al., 2019), onde os alimentos mais frequentes foram biscoito recheado, chocolate, iogurte, doces, fast food, bolo e picolé.

confirmando a presença da influência da mídia em anúncios no comportamento alimentar das crianças.

Análise das preferências alimentares em crianças: fatores influenciadores.



Fonte: Próprios autores

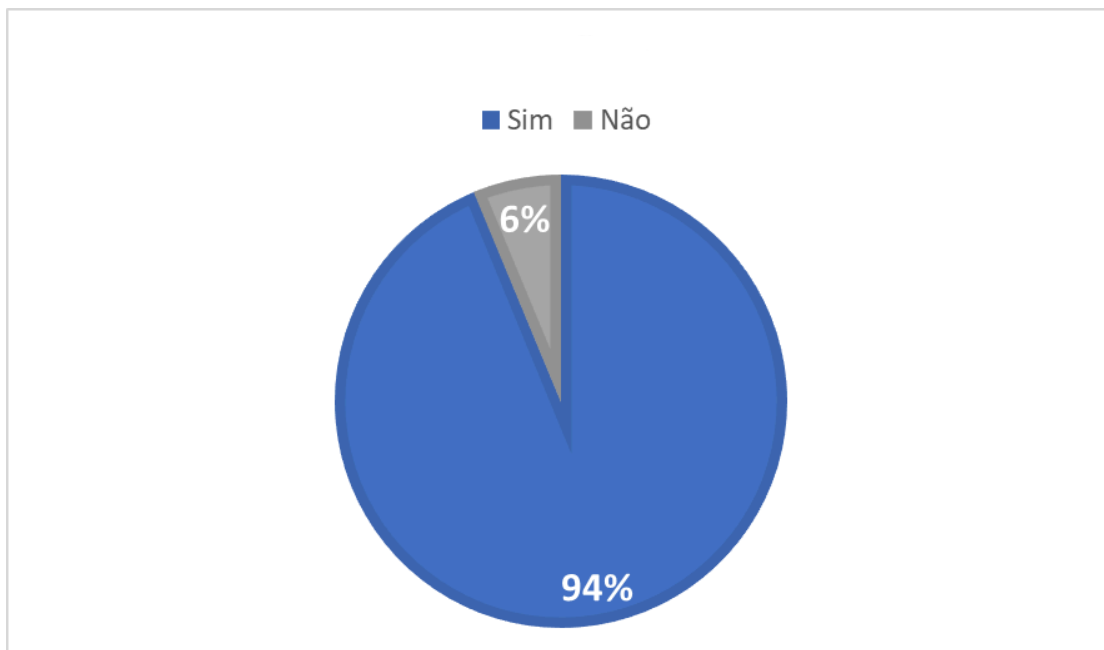
Obteve os seguintes resultados:

- 13% não souberam responder, 34% preferem comidas saudáveis, 32% industrializados salgados e o restante sendo 21% preferem industrializados doces.

Discussão

Comparando com os estudos de (ALCÂNTARA et al., 2019), entre os produtos que as crianças optaram para comprar, os mais frequentes foram: suco com embalagem de personagem (65,7%), biscoito com embalagem de personagem (42,9%) e biscoito sem embalagem (31,4%). Os principais motivos para as devidas escolhas foram: gostar do alimento (69,1%), associar com personagens favoritos ou a presença de brindes na embalagem (20,6%) e a percepção de que o produto é saudável (10,3%).

O efeito da publicidade alimentar de comerciais no comportamento alimentar.



Fonte: Próprios autores

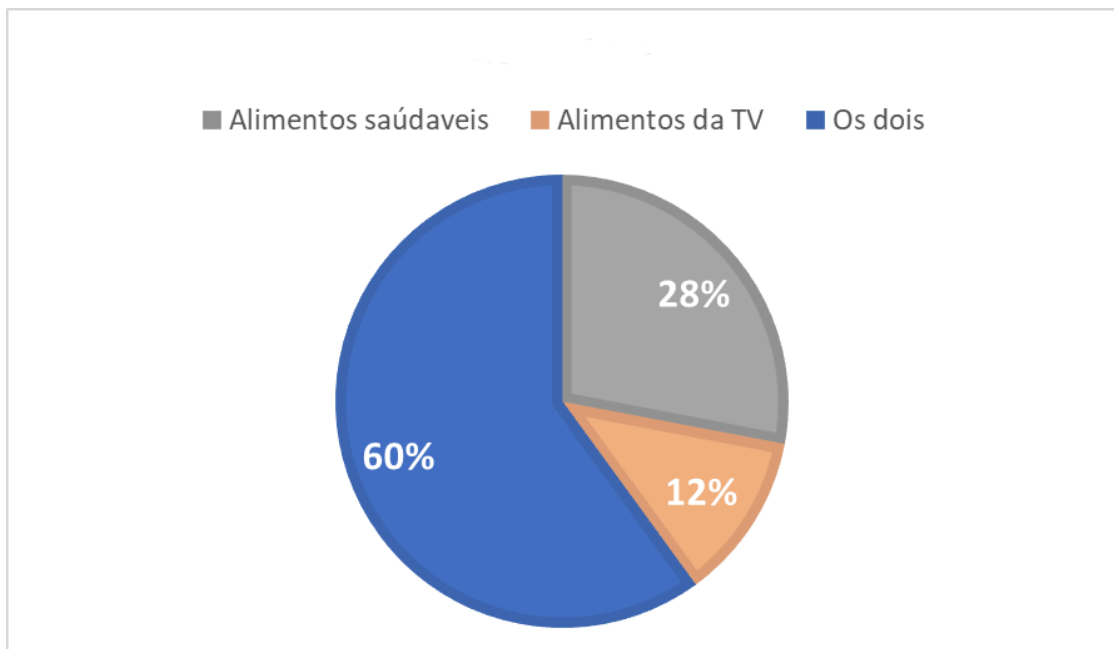
Obteve os seguintes resultados :

- 94% já sentiram vontade de comer alimentos que viram na TV.

Discussão

Conforme evidenciado nos estudos realizados por (MOURA.,2024), ao serem questionadas sobre a influência da propaganda de alimentos, as crianças demonstram uma resposta afirmativa, indicando que a exposição a essas mensagens publicitárias desperta nelas o desejo de consumir os produtos apresentados.

Análise da publicidade alimentar, na escolha entre alimentos saudáveis e processados.



Fonte: Próprios autores

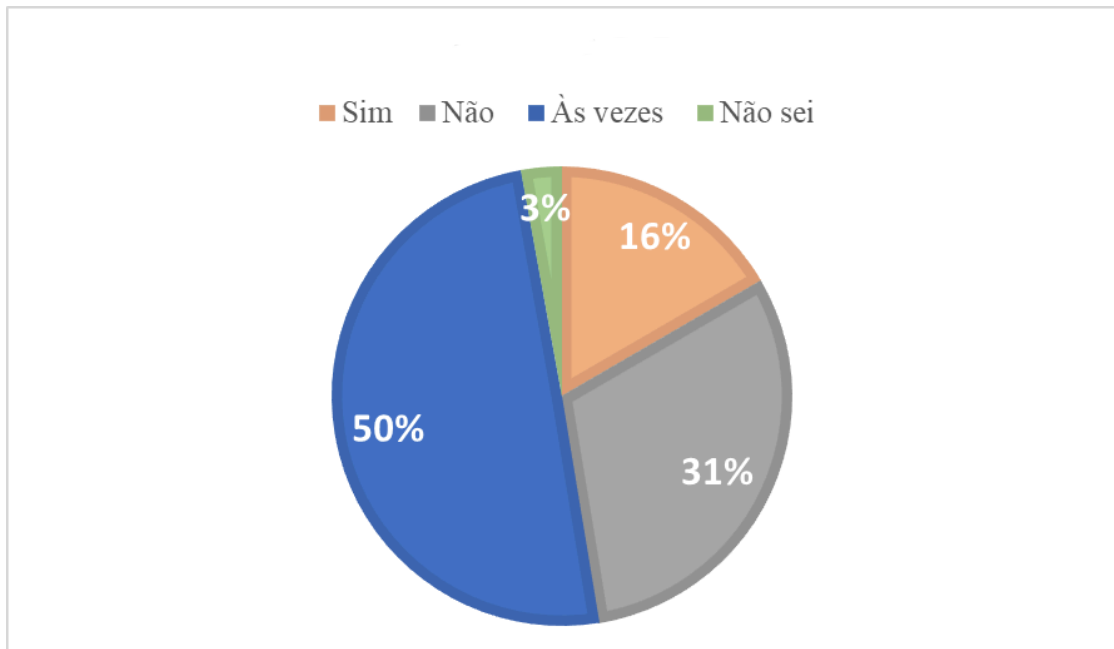
Obteve os seguintes resultados :

- Sendo que 60% preferem ambos, 28% preferem alimentos saudáveis e apenas 12% preferem os da TV.

Discussão

Podendo comparar com o estudo realizado por (ALCÂNTARA et al., 2019), observou-se que 51,4% das crianças já haviam solicitado aos pais a compra de algum alimento após sua exposição na televisão, evidenciando a influência significativa da publicidade televisiva no comportamento alimentar infantil.

Análise de como os brinquedos influenciam na formação de preferências alimentares das crianças.



Fonte: Próprios autores

Obteve os seguintes resultados:

- De acordo com os dados 50% diz que às vezes, 31% diz que não e 16% diz que sim.

Discussão

Os achados do estudo realizado por (FERREIRA et al. 2024) demonstram que as crianças são significativamente influenciadas pela publicidade de alimentos em suas escolhas alimentares. Os dados do estudo revelam que as crianças tendem a escolher produtos industrializados com embalagens que apresentam personagens, reforçando a ideia de que a publicidade exerce um impacto direto nas decisões alimentares infantis.

6.0 CONCLUSÃO

Através desta pesquisa, chegamos ao nosso objetivo de verificar a influência que a mídia causa na alimentação das crianças. Com este trabalho, é possível perceber como as publicidades e propagandas influenciam as preferências e comportamentos alimentares das crianças. A análise dos dados coletados revelou que a exposição a anúncios de produtos alimentícios, especialmente aqueles ricos em açúcares e gorduras, está fortemente associada a escolhas alimentares inadequadas entre os jovens e crianças.

A oferta de brinquedos na compra de algum alimento é o meio mais rápido e eficaz que as empresas têm de chegar até o público-alvo; nesse caso, na maioria das vezes, são as crianças. E nada melhor para alcançar esse objetivo do que a mídia, tanto na TV aberta como nas redes sociais e nas propagandas nos intervalos de vídeos e jogos pela internet.

A mídia desempenha um papel significativo na formação de hábitos alimentares, muitas vezes promovendo uma cultura de consumo que prioriza alimentos ultraprocessados em detrimento de opções mais saudáveis. Essa realidade é preocupante, considerando o aumento das taxas de obesidade infantil e doenças associadas.

É crucial que pais e educadores trabalhem com as crianças e adolescentes essa questão alimentar. Nas escolas, já é possível ver como a alimentação mudou e, nesse caso, para melhor. São oferecidos diariamente frutas, legumes e verduras para as crianças, desde a educação infantil até o ensino médio. Fato que mostra alguns bons resultados no dia a dia. Porém, é extremamente necessário que o trabalho que começa na escola seja acompanhado em casa pelos pais ou responsáveis, para que deem continuidade nesse processo de aprendizagem, incentivando a alimentação saudável.

A atuação do técnico em nutrição é fundamental na influência da mídia sobre as escolhas alimentares das crianças. Esse profissional pode desenvolver e implementar campanhas de conscientização pública que pretendem informar pais e crianças sobre a importância de escolhas alimentares saudáveis. Além disso, o técnico em nutrição pode oferecer aconselhamento personalizado às famílias, respeitando os princípios éticos e técnicos de estabelecidos na resolução, com a intenção de orientá-las sobre os riscos associados à publicidade de alimentos não saudáveis.

Sugere-se que futuras pesquisas se aprofundem em estratégias de mediação familiar e escolar, bem como na criação de regulamentos mais rígidos sobre a publicidade e propaganda direcionada ao público infantil.

7.0 REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALCANTARA, Felipe Benite et al. A Influência da mídia e publicidade na alimentação de escolares: o papel da educação alimentar. Revista Eletrônica Acervo Saúde, v. 11, n. 13, p. e2005-e2005, 2019.

ALVES, Giovana Pellegrina. Influências ambientais no ganho de peso de crianças em idade escolar durante o período de férias. 2021. Tese de Doutorado. Universidade de São Paulo.

ASSIS, Ágata et al. A influência da publicidade na alimentação infantil. 2021.

BARCELLOS, Fernando. O que faz um técnico em Nutrição?. Escola Técnica Geração, 2019. Disponível em: <https://www.tecnicageracao.com.br/blog/o-que-faz-um-tecnico-em-nutricao/>. Acesso em: 30 maio 2024.

BERNARDINI, Alexandra. PUBLICIDADE X ALIMENTAÇÃO INFANTIL: Influência Da Publicidade Na Alimentação Infantil. V, 5. N, 4. P, 80-94, 2023.

CECCATTO¹, Daiane et al. A influência da mídia no consumo alimentar infantil: uma revisão da literatura. Conselho Editorial, p. 140, 2018.

DA CONCEIÇÃO, Eda Maria Sousa Matos et al. Hábitos alimentares saudáveis na educação infantil. Revista Ibero-Americana de Humanidades, Ciências e Educação, v. 8, n. 1, p. 1781-1800, 2022.

DE CARVALHO, Fernanda Medeiros et al. A INFLUÊNCIA DA MÍDIA NA ALIMENTAÇÃO INFANTIL. Local: Faculdade Integrada do Vale do Ribeira, 2016. 14 p.

DE MELLO, Aline Veroneze; MORIMOTO, Juliana Masami; PATERNEZ, Ana Carolina Almada Colucci. Valor nutritivo de lanches consumidos por escolares de uma escola particular. Ciência & Saúde, v. 9, n. 2, p. 70-75, 2016.

DE SOUSA, Jean Carlos Barroso; RIBEIRO, Maria Laura Porto Souza; FERNANDES, Priscila Osório. Influência da mídia televisiva na alimentação de escolares: revisão de literatura integrativa. *REVISTA DA FAESF*, v. 5, n. 4, 2023.

DOS SANTOS, Adelcio Machado; ESQUIAVAN, Adriana da Silva Esquiavan. O PAPEL DOS PAIS NA ALIMENTAÇÃO INFANTIL. *REVISTA FOCO*, v. 16, n. 1, p. e817-e817, 2023.

DOS SANTOS, Elaine Matias; ROCHA, Mikele Miranda Santos; DE OLIVEIRA DIAS, Thamires. Obesidade infantil: uma revisão bibliográfica sobre fatores que contribuem para a obesidade na infância. *Revista Brasileira de Reabilitação e Atividade Física*, v. 9, n. 1, p. 57-62, 2020.

FERRO, Elen Lucia Bagatini Saud et al. Cantina escolar e sua influência no estado nutricional. *Brazilian Journal of Development*, v. 5, n. 10, p. 19723-19738, 2019.

FERREIRA, Danielle Aparecida et al. Análise de fatores que interferem na alimentação de crianças de 6 a 9 anos. 2024.

JANONE, Lucas. O 80% das crianças brasileiras consomem alimentos ultraprocessados com frequência. *CNN Brasil*, 2021. Disponível em:

<https://www.cnnbrasil.com.br/nacional/80-das-criancas-brasileiras-consomem-alimentos-ultraprocessados-com-frequencia/>. Acesso em: 30 maio 2024.

JARDIM, Isabela Alcântara Barretto Araújo. Percepção das mães sobre produtos da abrangência da NBCAL e a influência do marketing digital nas escolhas relacionadas à alimentação infantil. 2021.

MACHADO, Tiffany Bustamante; WEBER, Márcia Lopes. Análise do teor de gorduras em alimentos industrializados consumidos pelo público infantil. *Life Style*, v. 3, n. 2, p. 43-57, 2016.

MAGNAVITA, Stefany Cardoso; DOS SANTOS, Cristiane Nunes. A INFLUÊNCIA DA PROPAGANDA NOS HÁBITOS ALIMENTARES: UMA ANÁLISE DAS ESTRATÉGIAS DE MARKETING DAS EMBALAGENS DE PRODUTOS INFANTIS. Revista Ibero-Americana de Humanidades, Ciências e Educação, v. 10, n. 5, p. 4329-4348, 2024.

MARQUES, Maria Alícia Viana; BEZERRA, Keila Cristiane Batista; DA SILVA SOUSA, Giancarlo. Influência do consumo de alimentos industrializados no sobrepeso e na obesidade infantil: uma revisão. Research, Society and Development, v. 9, n. 11, p. e4799119964- e4799119964, 2020.

MOURA, Jessica Degliuomini de. A influência da mídia na alimentação das crianças: uma revisão narrativa. 2024.

MIOTTO, Ana Cristina; OLIVEIRA, Ana Flávia. A influência da mídia nos hábitos alimentares de crianças de baixa renda de o Projeto Nutrir. Revista Paulista de Pediatria, v. 24, n. 2, p. 115- 120, 2006.

OLIVEIRA, Jenifer Andréia . A influência da família na alimentação complementar: relato de experiências. v 11. p, 75-90, 2016.FERREIRA, Danielle Aparecida et al. Análise de fatores que interferem na alimentação de crianças de 6 a 9 anos. 2024.

PASSOS, Darlise Rodrigues dos et al. Comportamento alimentar infantil: comparação entre crianças sem e com excesso de peso em uma escola do município de Pelotas, RS. Revista Paulista de Pediatria, v. 33, p. 42-49, 2015.

ROCHA, Eliseu Silva. A INFLUÊNCIA DA MÍDIA NA ALIMENTAÇÃO INFANTIL. Local: Editora, 2023. 21 p.

SANTANA, Marília Karla Laurentino; DE OLIVEIRA, Claudia Martins; CLEMENTE, Heleni Aires. Influência da publicidade de alimentos direcionada ao público infantil na formação de hábitos alimentares. Revista Uni-RN, v. 14, n. ½, p. 125-125, 2015.

SANTANA, Marina Oliveira et al. Estratégias de marketing na publicidade televisiva de alimentos ultraprocessados no Brasil. 2020.

SILVA DO NASCIMENTO PEREIRA, Cristiane; FRANCA BARROS, Denise; WILCOX HEMAIS, Marcus. A escola como ambiente obesogênico: as influências sobre a alimentação infantil, a partir da vulnerabilidade do consumidor. Diálogo com a Economia Criativa, v. 4, n. 10, 2019.

SILVA, Marco Aurélio Santana da et al. A regulamentação da publicidade infantil de alimentos no Brasil, bastidores de uma década de debate sobre a implementação de uma política pública. 2021. Tese de Doutorado.

SILVA, Natiele Bezerra et al. Aditivos químicos em alimentos ultraprocessados e os riscos à saúde infantil. Revista Eletrônica Acervo Saúde, n. 21, p. e542-e542, 2019.

SOUSA, Jean Carlos Barroso ; RIBEIRO, Maria Laura Porto Souza ; FERNANDES, Priscila Osório . Influência da mídia televisiva na alimentação de escolares:revisão de literatura integrativa. Piauí: – FAESF, 2021.

TORRES, Beatriz Lainy Penha Marques et al. Reflexões sobre fatores determinantes dos hábitos alimentares na infância. Brazilian Journal of Development, v. 6, n. 9, p. 66267-66277, 2020.

VICTOR, Nathan et al. Obesidade infantil afeta 3, 1 milhões de crianças menores de 10 anos no Brasil. 2021. CONCEIÇÃO, Raquel Sofia Guerreiro da. A Arte na Educação Infantil. A importância para o desenvolvimento infantil. 2015. Tese de Doutorado.

VIEIRA, Sônia Mara Tavares. A INFLUÊNCIA DA MÍDIA NO COMPORTAMENTO ALIMENTAR E SEDENTÁRIO DE CRIANÇAS E ADOLESCENTES. Anhanguera, 2020. 30 p.

