

CENTRO PAULA SOUZA
Etec DE CIDADE TIRADENTES
Técnico em Nutrição e Dietética

Ana Caroline Alves De Sousa
Ana Paula Da Silva Cardoso Dos Santos
Ana Paula Soares Silva
Andrielly Oliveira Maranesi
Claudia Da Silva Cardoso
Dayane De Jesus Soeiro Pereira
Iracema Oliveira
Kamila Santos Souza

INFLUÊNCIA DA PUBLICIDADE NA ALIMENTAÇÃO INFANTIL
Crianças na fase escolar 6 a 10 anos

São Paulo
2021

Ana Caroline Alves De Sousa
Ana Paula Da Silva Cardoso Dos Santos
Ana Paula Soares Silva
Andrielly Oliveira Maranesi
Claudia Da Silva Cardoso
Dayane De Jesus Soeiro Pereira
Iracema Oliveira
Kamila Santos Souza

INFLUÊNCIA DA PUBLICIDADE NA ALIMENTAÇÃO INFANTIL
Crianças na fase escolar 6 a 10 anos

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso Técnico em Nutrição e Dietética da Etec de Cidade Tiradentes, orientado pelas Professoras Jessica Benazzi De Aguiar e Natalia Santino Dos Santos, como requisito parcial para obtenção do título de Técnico em Nutrição e Dietética.

São Paulo

2021

Resumo

O presente trabalho tem como tema, A Influência Da Publicidade Na Alimentação Infantil em Crianças na Fase Escolar (de 6 a 10 anos). Onde o objetivo é abordar e identificar a influência e o papel que a publicidade exerce na alimentação das crianças e propor uma reflexão crítica sobre o 'marketing' direcionado ao público infantil. Uma alimentação saudável, vai muito além de contagens de calorias ou um cardápio bem elaborado. Quando se fala do público infantil, surgem muitos e preocupantes fatores que influenciam nessa alimentação, seja negativa ou positivamente, entre eles estão, "as mídias", que a cada ano vem se tornando um fator de extrema influência nos gostos e preferências alimentares, mediante ao tempo que as crianças estão expostas a aparelhos eletrônicos como, celulares, tablets, computadores e televisão. A escolha deste tema surgiu das necessidades de discutir os efeitos que a publicidade televisiva causa na alimentação infantil e conseqüentemente no desenvolvimento dessa criança, tendo em vista tal preocupação, realizou-se um estudo de campo, que visa avaliar como as famílias enxergam esse fator. Entende-se que é praticamente impossível excluir as mídias do desenvolvimento de uma criança, diante dos avanços tecnológicos que o mundo vem sofrendo, porém, propõe-se que os pais que são o elemento fundamental da criação de hábitos alimentares saudáveis e também responsáveis pelo controle e fiscalização do tempo que essas crianças estão expostas e a que categoria de conteúdo e propaganda estão sendo expostas, que voltem sua atenção para o que seus filhos estão assistindo, como estão assistindo e quanto tempo é dado a isso. Assim sendo, essa monografia vem mostrar, não somente a importância de alimentos como frutas, legumes e verduras, mas também, como alimentação infantil está ligada a exemplo e imitação, ou seja, crianças tendem a seguir o exemplo de seus pais ou das pessoas que convivem com mais proximidade, porém, como a modernização rápida da sociedade acabou ocupando cada vez mais a agenda de pais e cuidadores, que por falta de tempo acabam se rendendo as facilidades desse mundo moderno, expondo as crianças cada vez mais cedo os alimentos processados e fastfood. Assim considera-se que, mesmo as mídias já estando enraizadas em 80% das crianças, meios são possíveis para reverter esse cenário.

Palavra Chaves: Influência; Alimentação Infantil; Publicidade; Marketing; Mídias;

Abstract

The present work has as its theme, The Influence of Advertising on Infant Feeding in Children in School Phase (from 6 to 10 years old). Where the objective is to address and identify the influence and role that advertising plays in children's diet and propose a critical reflection on 'marketing' aimed at children. Healthy eating goes far beyond calorie counts or a well-designed menu. Especially when it comes to children, there are many worrying factors that influence this diet, whether negatively or positively, among them are "the media", which every year has become a factor of extreme influence on food tastes and preferences, through the time that children are exposed to electronic devices such as cell phones, tablets, computers and television. The choice of this theme arose from the need to discuss the effects that television advertising has on infant feeding and, consequently, on the child's development, in view of this concern, a field study was carried out, which aims to assess how families see this factor. It is understood that it is practically impossible to exclude the media from a child's development, given the technological advances that the world has been suffering, however, it is proposed that parents, who are the fundamental element in the creation of healthy eating habits and also responsible for control and monitoring the time these children are exposed to and what category of content and advertising they are being exposed to, that they turn their attention to what their children are watching, how they are watching it, and how much time is being given to it. Therefore, this monograph shows not only the importance of foods such as fruits, vegetables and vegetables, but also how infant feeding is linked to example and imitation, that is, children tend to follow the example of their parents or people who they live more closely, however, as the rapid modernization of society has ended up occupying more and more the agenda of parents and caregivers, who for lack of time end up surrendering the facilities of this modern world, exposing children to processed foods and fast food. Thus, it is considered that, even though the media is already rooted in 80% of children, means are possible to reverse this scenario.

Keywords: Influence; Infant Feeding; Advertising; Marketing; Media.

Ana Caroline Alves De Sousa
Ana Paula Da Silva Cardoso Dos Santos
Ana Paula Soares Silva
Andrielly Oliveira Maranesi
Claudia Da Silva Cardoso
Dayane De Jesus Soeiro Pereira
Iracema Oliveira
Kamila Santos Souza

INFLUÊNCIA DA PUBLICIDADE NA ALIMENTAÇÃO INFANTIL
Crianças na fase escolar 6 a 10 anos

Avaliado em: 06/12/2021

BANCA EXAMINADORA

Jessica Benazzi De Aguiar
Etec de Cidade Tiradentes

Natalia Santino Dos Santos
Etec de Cidade Tiradentes

Patrícia De Oliveira Ferreira
Etec de Cidade Tiradentes

São Paulo
2021

Sumário

1.0 INTRODUÇÃO	8
2.0 OBJETIVOS	9
2.1 OBJETIVO GERAL.....	9
2.2 OBJETIVOS ESPECIFICOS	9
3.0 METOLOGIA.....	10
4.0 RESULTADOS E DISCUSSÕES	11
5.0 CONCLUSÃO	22
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	23
APÊNDICE	27

Agradecimentos

Dedicamos este trabalho primeiramente a Deus, que nos deu o suporte para enfrentar todos os obstáculos, sem ele nós não teríamos capacidade de chegar até aqui.

A nossa família e amigos que foram nossa base, e nos apoiaram a todo momento com palavras de incentivos para prosseguirmos os nossos sonhos.

E aos professores do curso de Técnico em Nutrição e Dietética, em especial as professoras Patrícia, Jessica e Natalia com suas orientações ao longo desse 1 ano e 6 meses. Agradecemos com profunda admiração pelo vosso profissionalismo! Obrigada!

1.0 Introdução

Atualmente, as crianças estão cada vez mais com problemas de saúde como sedentarismo, diabetes e até mesmo hipertensão. Nesta fase é quando a criança devia ser mais ativa, mas com o avanço da tecnologia isso muda completamente. Alguns costumes e padrões alimentares da população vem se modificando conforme os últimos anos, causados pelas transformações que o mundo contemporâneo trouxe como as indústrias e a urbanização. (HENRIQUE et al., 2012)

Segundo o Ministério Da Saúde, no país existem 6,4 milhões de crianças que estão acima do peso e 3,1 milhões já são consideradas obesas. Essa comorbidade afeta 13,2% das crianças entre 5 e 9 anos que fazem acompanhamento no Sistema Único de Saúde (SUS), assim trazendo consequências preocupantes durante da vida. 28% dessas crianças não estão dentro do peso ideal para sua idade, podendo ocasionar alerta de risco para obesidade ainda mesmo na infância ou podendo apenas aparecer na sua fase adulta. (Brasil, 2021) Com a praticidade dos alimentos ultra processados e refeições rápidas como fast-food, a substituições dos alimentos mais naturais ou minimamente processados só vem aumentando. Portanto as crianças são levadas a consumir alimentos considerados mais práticos, sendo expostas a uma alimentação desequilibrada e com alto teor calórico. (BRASIL, 2014)

Existem várias formas que a indústria criou para atrair as crianças, de acordo com a Agência Nacional de Vigilância Sanitária (ANVISA) (2007, p.54, apud UEDA et al., 2014, p. 53-61), o consumo de alimentos não saudáveis anunciados na televisão é promovido por animações infantis, artistas do momento e ainda o estímulo de poder colecionar brindes, o que ilegal no Brasil. (UEDA et al., 2014)

O objetivo do trabalho, é mostrar como o marketing e a publicidade vem crescendo no setor infantil, influenciando nas escolhas das crianças afetando a sua alimentação, por serem atraídas com o marketing das indústrias alimentícias, auxiliar aos pais sobre como lidar com esse assunto na alimentação e os incentivá-los a colocar limites no uso dos aparelhos tecnológicos.

2.0 Objetivos

2.1 Objetivo geral

Analisar como a publicidade influencia na alimentação infantil de crianças na fase escolar.

2.2. Objetivos Específicos

- Identificar o papel da publicidade, no qual há uma Influência na alimentação infantil das crianças em fase escolar na idade de 6 a 10 anos;
- Analisar os efeitos do marketing de alimentos sobre o comportamento alimentar infantil e apresentar dados sobre os comportamentos das crianças diante da mídia;
- Contribuir para uma reflexão crítica sobre a temática em causa (criança como consumidora, marketing infantil e influência na publicidade televisiva no consumo alimentar).

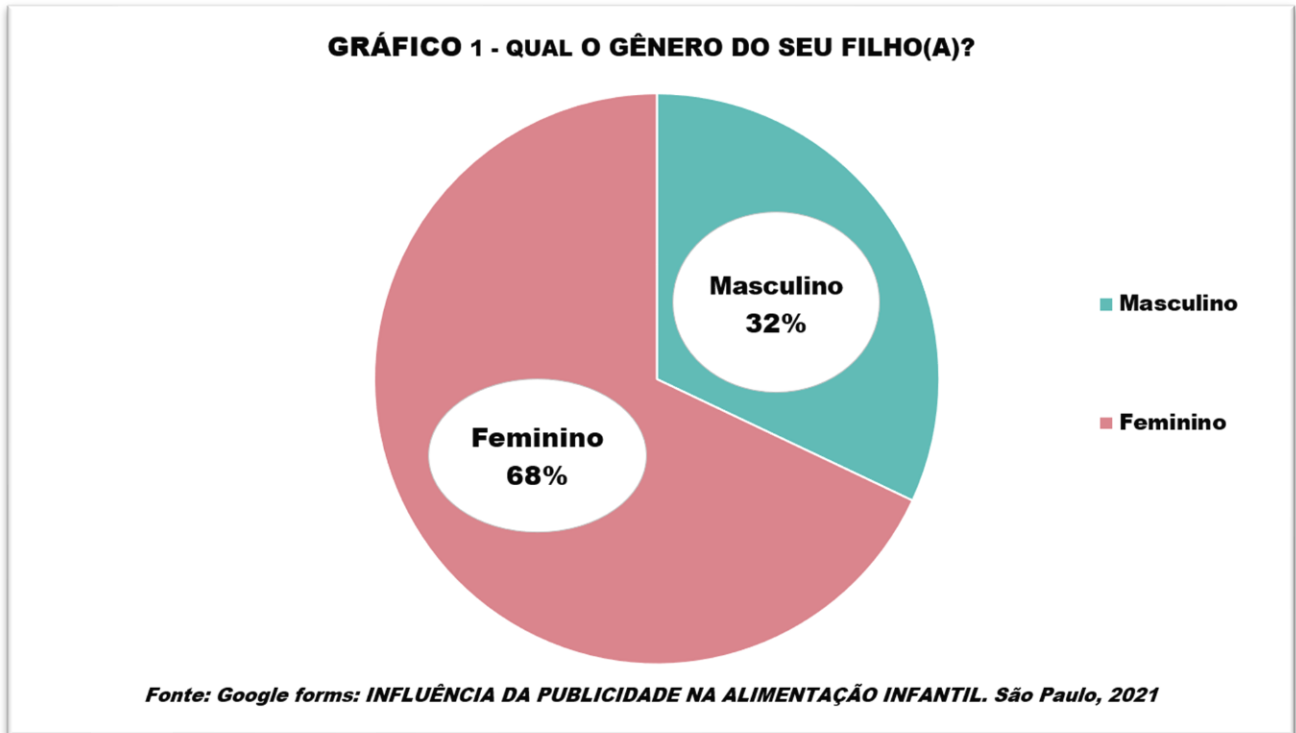
3.0 Metodologia

Este trabalho baseia-se em artigos científicos e constitui um estudo de campo sobre o tema “Influência da Publicidade na Alimentação Infantil”, para a pesquisa bibliográfica foram usados artigos, cartilha de alimentação infantil do ministério da saúde, dados da OMS e revistas online como coleta de dados de acordo com a finalidade da pesquisa. Foi elaborado um formulário no Google Forms, contendo 8 perguntas de caráter pessoal para examinar a opinião das famílias de diversos estados do Brasil no que se refere ao tema.

O questionário foi publicado nas redes sociais WhatsApp e Facebook, no dia 12 de agosto de 2021 e se manteve aberto a respostas até 30 de agosto de 2021. Teve como público-alvo famílias com crianças de 6 a 10 anos, dos gêneros feminino e masculino. Ao todo, foram 71 respostas. Portanto, tornou-se uma pesquisa quantitativa e qualitativa, pois se concentra em analisar o impacto da publicidade na vida dessas crianças em fases escolares. Existem apresentações gráficas e textuais para melhor visualização e compreensão do trabalho aqui apresentado.

4.0 Resultados e Discussões

Nesse capítulo serão apresentados resultados e discussões da pesquisa quantitativa e qualitativa, com 8 perguntas de caráter pessoais, respondida por pais/responsáveis de crianças em idade escolar (6 a 10 anos), por diversos estados do Brasil.



A partir dos resultados obtidos no gráfico 1, é possível observar que a maioria das famílias entrevistadas é composta por crianças do gênero feminino 68%, seguindo do gênero masculino com 32%.



A idade que predominou foram crianças entre 6 e 7 anos, com 46% dos resultados. É nessa idade em que crianças estão começando a compreender melhor as coisas, logo a mídia tem uma grande influência sobre elas, e é fundamental os pais manterem uma alimentação saudável e equilibrada, assim prevenindo-as de comorbidades.

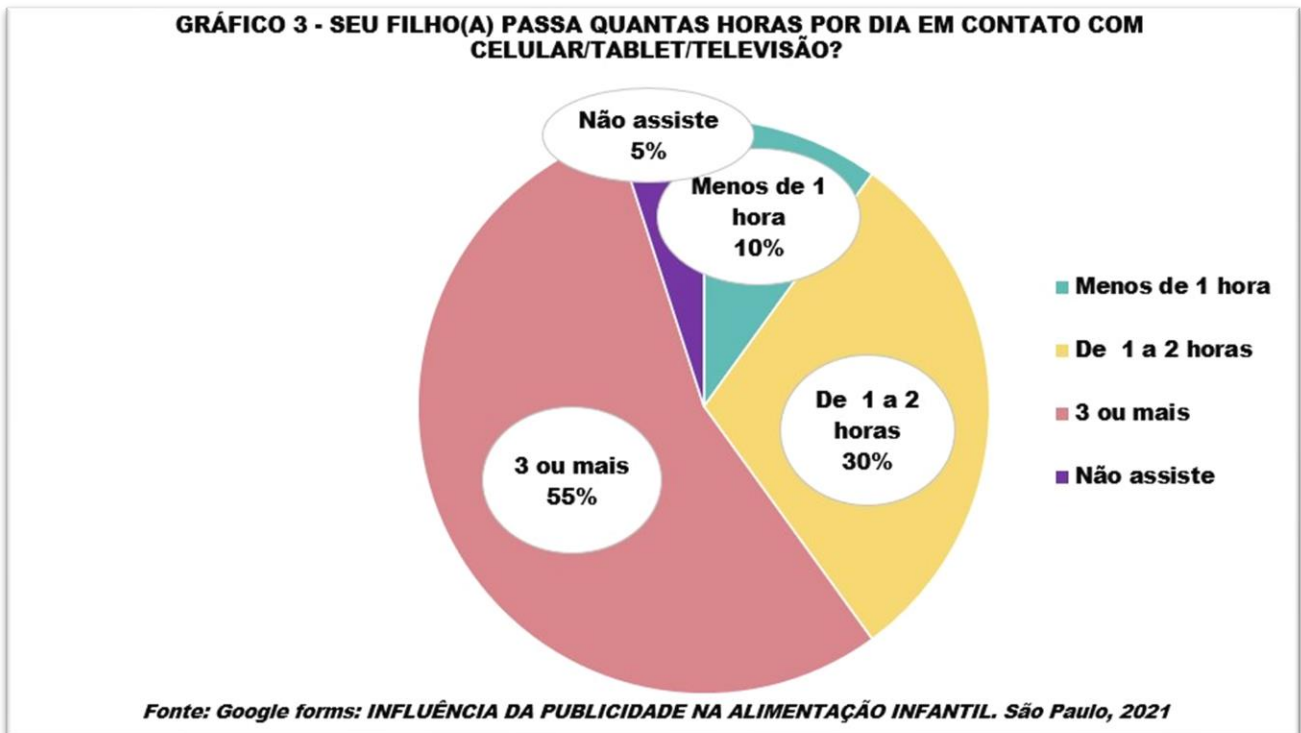
Segundo a Cartilha de Orientação Nutricional Infantil essa idade são onde as crianças têm energia e apetite muito elevado devido ao aceleração do metabolismo. Embora nas escolas já possuam aulas de educação física, a prática de exercícios extras como futebol, lutas, natação ou dança são fundamentais para uma qualidade de vida boa. Nessa fase o consumo de leite começa a diminuir, que é uma das fontes de cálcio fundamental para os ossos. O recomendado de cálcio para essa faixa etária é de 800 mg/dia, portanto os pais ou responsáveis devem oferecerem outros alimentos para suprir como: couve, brócolis, grão de bico, iogurte natural, entre outros. (BRASIL, 2013)

“(…) É ainda na infância que os bons hábitos alimentares devem ser estabelecidos, por sua influência ao longo da vida e, particularmente, na adolescência. Entretanto, os alimentos indispensáveis para o crescimento e desenvolvimento devem ser introduzidos de acordo com as particularidades de cada faixa etária. A superalimentação pode ocorrer nesta fase de transição, infância/adolescente, podendo ter impacto negativo

na saúde como é o caso da obesidade que pode se estender pela adolescência e pela vida adulta”. (LAMOUNIER & LEÃO, 1998)

Com 35% dos resultados, ficaram as crianças com 9 e 10 anos e com menor resultado foram as crianças de 8 anos, ficando com 19% dos resultados.

A partir dos 8 anos as meninas têm o primeiro sinal da puberdade (telarca e pubarca), onde surge o aparecimento do broto mamário e pelos pubianos. (COUTINHO, 2011) Um estudo realizado por Silva; Mendonça; Barros; (2016), na cidade de Itaituba Oeste do Pará, foi observado que meninas a partir dos 9 anos tem a primeira menarca precocemente, o que pode estar ligado a uma má alimentação ricas em gorduras totais, ácidos saturados, açúcares e sem o consumo suficiente de frutas, verduras e legumes.



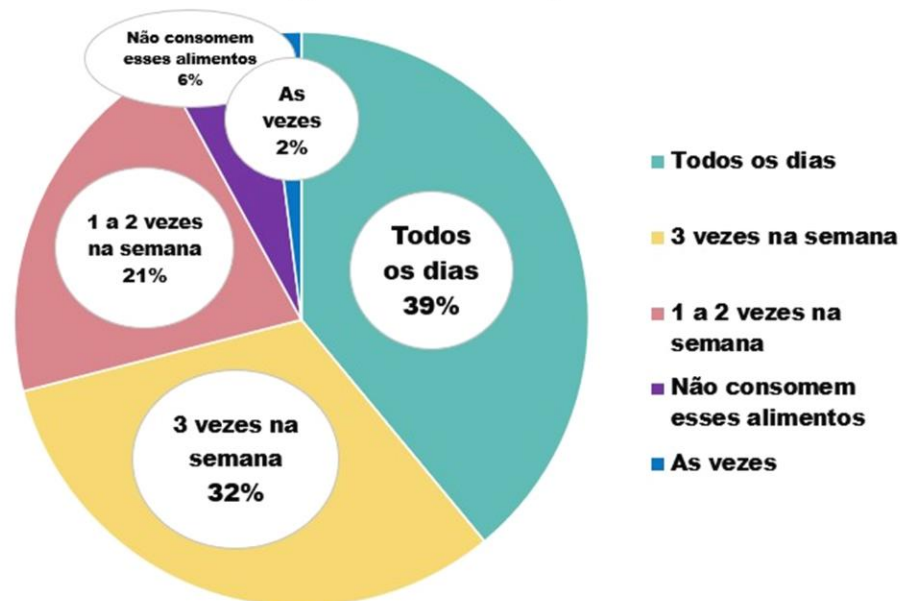
Com base no resultado do gráfico 3, observa-se que apenas 10% das crianças ficam menos de 1 hora em contato com televisões, tablets e celulares, enquanto isso mais do que a metade 55% consomem essas tecnologias por 3 horas ou mais e apenas 5% dos pais que responderam essa pesquisa disseram que não assistem. Uma pesquisa realizada por (FRUTUOSO et al., 2015), com 155 crianças e adolescentes da cidade de São Paulo, pode constatar-se a associação significativa entre consumo alimentar em frente à TV e obesidade

e o sobrepeso tanto em meninas e meninos foi observado que as atividades passivas como: ficar no sofá assistindo tv, jogos eletrônicos em vídeos games e em celulares tem a ligação direta com o sobrepeso também em ambos os sexos.

Com o alto número de crianças que utilizam o TIC`s (tecnologia da informação e comunicação) excessivamente, moderada e sem estar aos olhos de algum adulto da família, especialmente dos seus pais, trazem prejuízos no desenvolvimento e acarretar possíveis problemas no futuro em relação a saúde. (FREIRE; SIQUEIRA, 2019) Logo, o tempo que são utilizados com esses aparelhos seriam mais produtivos se fossem associados a outras atividades que envolva a família com brincadeiras que possam explorar outros ambientes. (TUMULEIRO, et al., 2018)

Os pais são responsáveis pela criação e educação de seus filhos, visto que para controlar o tempo de uso, modo e o que a criança está sendo exposta também é responsabilidade deles, pois são esses que disponibilizam esse acesso à tecnologia precocemente, contribuindo assim o aumento de riscos à saúde durante o crescimento e levando até a fase adulta. (WAISBURG, 2018) Por isso é indicado a vigilância dos pais no que as crianças costumam mais assistir e com elas conversar sobre os conteúdos. (TUMULEIRO, et al., 2018)

GRÁFICO 4 - COM QUAL FREQUÊNCIA SEU FILHO(A) CONSOME FRUTAS, VERDURAS E LEGUMES?



Fonte: Google forms: INFLUÊNCIA DA PUBLICIDADE NA ALIMENTAÇÃO INFANTIL. São Paulo, 2021

No gráfico 4, 39% das crianças consomem frutas, legumes e verduras todos os dias, porém não sabemos a se quantidade que elas comem é adequada para a idade, conforme o grupo 2, da tabela 1 abaixo:

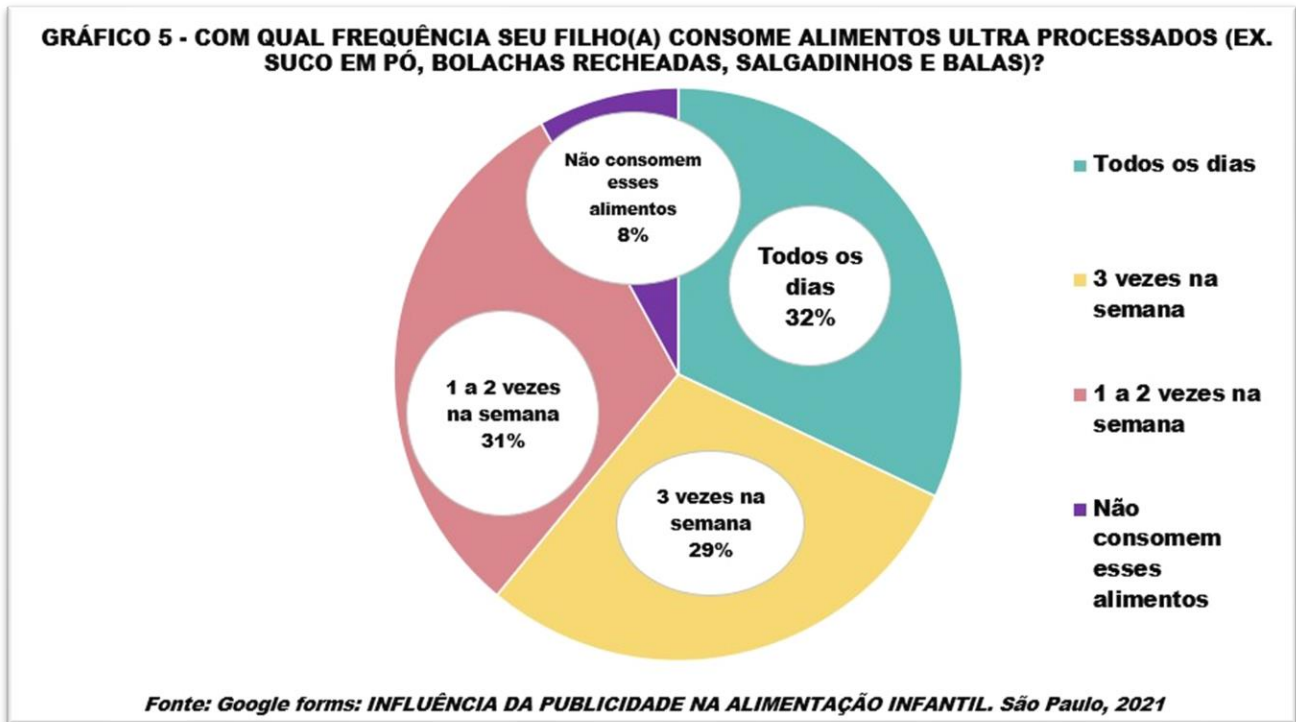
TABELA 1 - Número de porções diárias recomendadas, para os escolares de 6 Á10 anos, do grupo da Pirâmide Alimentar		
NÍVEL DA PIRÂMIDE	GRUPO ALIMENTAR	PORÇÕES PARA IDADE ESCOLAR
GRUPO 1	CEREAIS, PÃES, TUBÉRCULOS E RAÍZES	5
GRUPO 2	VERDURAS E LEGUMES	3
	FRUTAS	3
GRUPO 3	LEITES, QUEIJOS E IOGURTES	3
	CARNES E OVOS	2
	FEIJÕES	1
GRUPO 4	ÓLEOS E GORDURAS	1
	AÇÚCARES E DOCES	1

Fonte: MANUAL DE AVALIAÇÃO NUTRICIONAL 2ª EDIÇÃO. SBP - SOCIEDADE BRASILEIRA DE PEDIATRIA: 2021

A importância do consumo desses alimentos todos os dias são fundamentais, pois elas são as principais e naturais fontes de nutrientes, fibras, vitaminas e proteína. Elas protegem o organismo aumentando imunidade, tem baixo teor de gorduras, tem grande teor em cálcio, ajudam no processo de cicatrização, previne doenças infectuosa e melhora a saúde física. (DE CEZAR, et al., 2020)

32% dos pais responderam que os filhos comem pelo menos 3 vezes na semana o que ainda é um fator baixo em relação à pesquisa feita. Na medida em que as crianças crescem, os alimentos não saudáveis se tornam atraentes, e para a mídia impulsionados em grande parte por marketing e publicidades inadequadas pela grande abundância de alimentos ultra processados.

Os pais são a “peça” fundamental na qualidade de vida dos seus filhos. A criança costuma a comer aquilo que é apresentado com frequência a ela, portanto uma boa alimentação começa em casa. Obviamente não precisa proibir ela de consumir lanches, doces, bolachas, refrigerantes, entre outros, mas sim saber estabelecer um limite para a criança não ter uma infância frustrada.



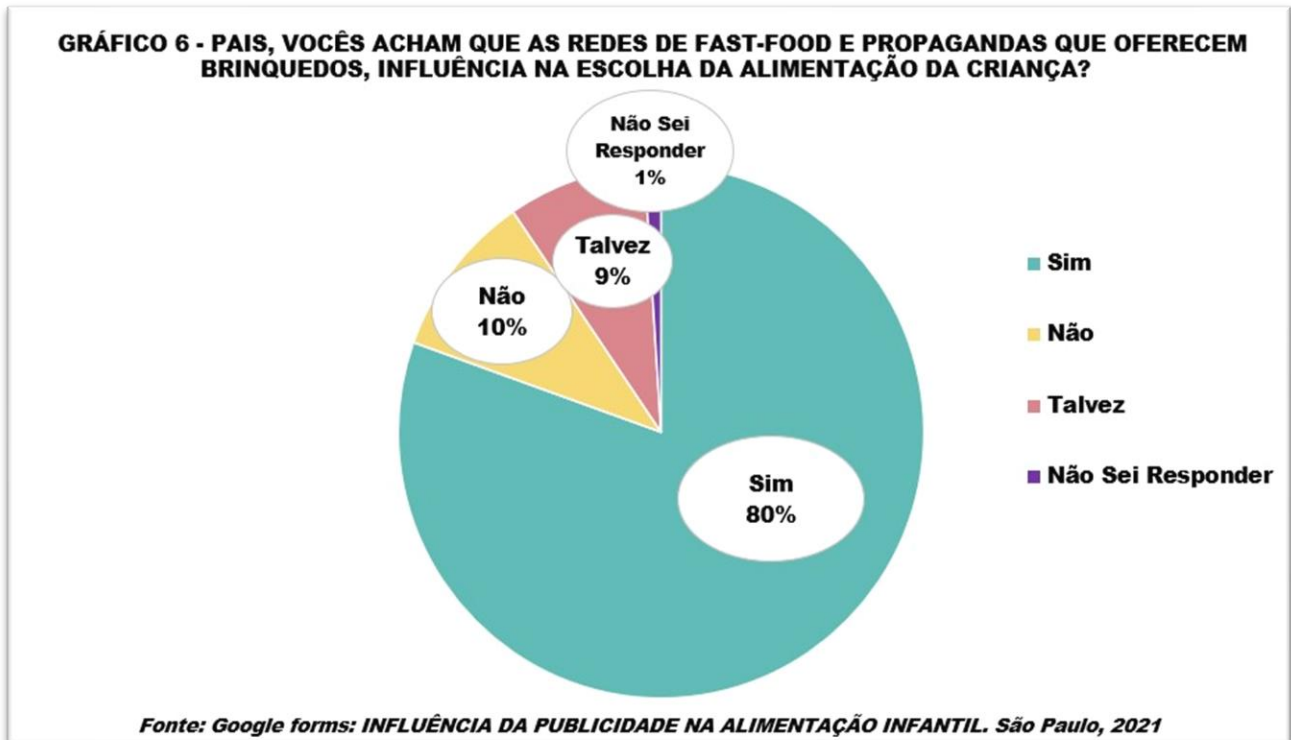
No gráfico 5, mostra que 32% das crianças de 6 a 10 anos consomem produtos ultraprocessados todos os dias, e essa proporção ainda é muito alta durante a semana, uma quantidade enorme. Esse consumo excessivo pode causar doenças como, hipertensão, diabete, doenças cardiovasculares e até obesidade na vida das crianças, podendo evoluir para a adolescência e a idade adulta. Os responsáveis devem desempenhar um papel importante na mudança dos hábitos alimentares das crianças, conscientizando-as sobre os riscos, e realizando atividades educativas como alimentação saudável, a prática de exercícios físicos e, principalmente na mudança dos hábitos alimentares de toda a casa. (BRASIL, 2013)

Os ultrasprocessados são alimentos que contêm grandes quantidades de gorduras, açúcar, sal, corantes e muitas outras substâncias durante a sua preparação, algumas das quais contêm pouquíssimas quantidades de alimentos (frutas, soja etc.). Hoje, esses alimentos são consumidos em grande escala no Brasil por serem mais práticos e acessíveis no mercado, trazendo alguns riscos à saúde das pessoas. (SOUZA, 2021)

“(…) Os alimentos industrializados não têm nenhuma fibra e nem sais minerais, são muito calóricos e não dão saciedade. Isso atrapalha o desenvolvimento e crescimento saudável de uma criança. A glicemia sobe, levando a um disparo da insulina, o que pode gerar hipoglicemia reativa (diminuição da

concentração de glicose no sangue) e despertar maior vontade por esses carboidratos”. (ALMEIDA, 2018)

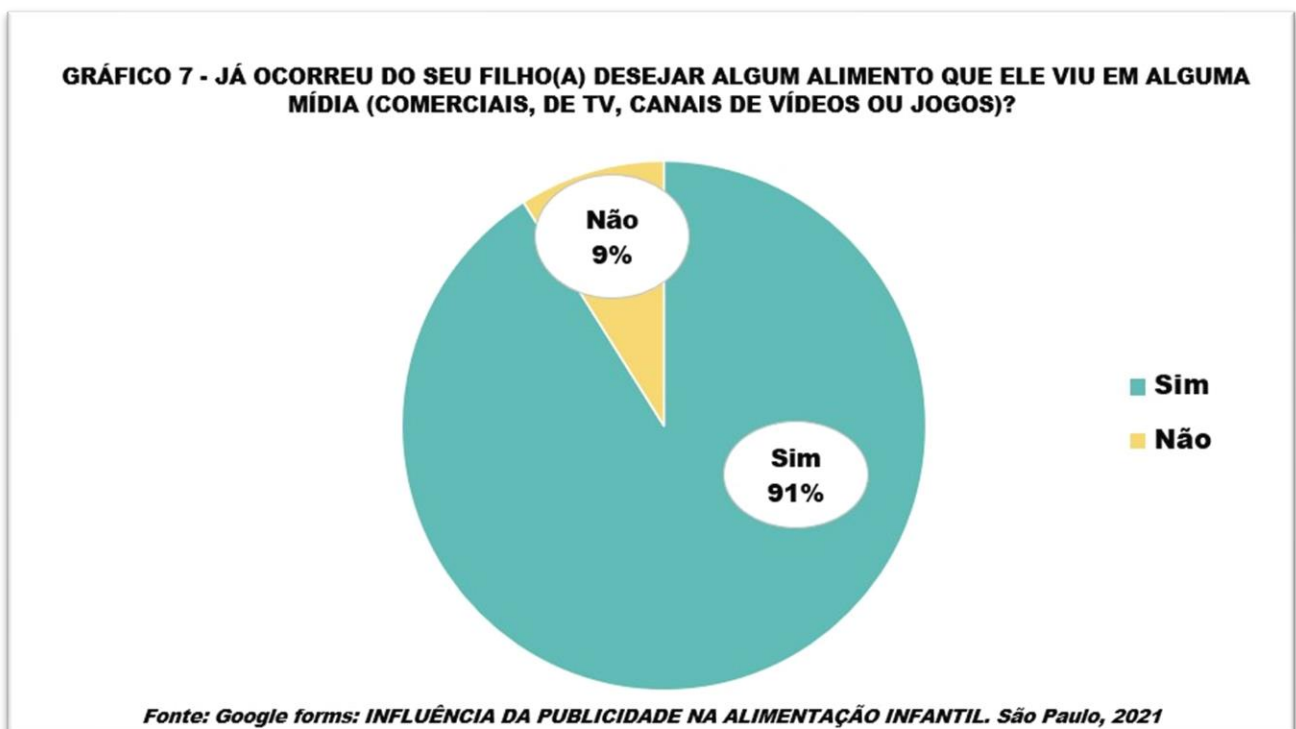
A mídia tem influenciado esses alimentos ultraprocessados por meio de comerciais de TV, desenhos animados e filmes, que costumam ser vistos nessa faixa etária. A interação social no ambiente escolar também é uma forma direta de consumo, pois, as crianças desejam ingerir esse tipo de alimento ao ver os amigos, formando um ciclo que afeta à introdução de alimentos saudáveis na vida infantil. (GAMA, 2021)



No gráfico 6, apontam que 80% dos pais acham que as propagandas das mídias divulgando seus produtos oferecem brinquedos em combo em lanches influenciam na hora de escolher com a família na alimentação das crianças. 10% dos que não souberam responder, se realmente as propagandas podem de alguma forma influenciar na escolha dos alimentos, mas 9% desses entrevistados sendo questionado sobre o assunto disseram que talvez sim, as propagandas e mídias podem determinar a escolha das crianças na hora de se alimentar dependendo do que se é ofertado como brinde e só 1% não souberam responder.

O mercado de publicidade, busca meios de induzir o consumo desenfreado alimentar infantil. Utilizam de métodos de influência emocional e afetiva, como personagens infantis em destaque nas embalagens, com brinquedos e acessórios de brinde, tendo como intuito

principal influenciar e atrair crianças. Esse nicho usa do entretenimento para garantir a atenção e interesse das crianças, moldando em seus comerciais e campanhas publicitárias adultos e crianças que ao consumirem seus produtos ultra processados, sempre estão felizes e em completa harmonia. Com isso, conquistam novos consumidores de seus produtos. (PIMENTA; ROCHA; MARCONDES; 2015) O principal artifício utilizado pela publicidade é o entretenimento, as empresas de marketing utilizam-se do “mundo encantado” de brinquedos e brincadeiras que cercam as crianças, a fim de ganhar sua atenção para o consumo de determinado produto. (ASSOLINI, 2010) Com base no que veem nos comerciais, as crianças são levadas a acreditar que os alimentos ultra processados têm mais qualidade, tornam as pessoas mais felizes, fortes, atraentes e socialmente aceitas. (BRASIL, 2014)



No gráfico 7, 91% das crianças desejam algum alimento que ela vê nas propagandas de tv's. Somente 9% não tem esse interesse nos alimentos que são apresentados nas propagandas.

“(…) A mídia é um fator muito grande na influência da alimentação infantil, ela está presente em todos os lugares, como em casa, nas ruas, nos computadores, no rádio, televisão, Internet, celulares, outdoors e nas embalagens dos produtos alimentícios. Nos pontos de venda as embalagens

têm um valor muito significativo, pois, é vista como atrativo principal. Seu design ou até mesmo a propaganda inserida na embalagem é que se define o público consumidor do produto, e na maioria das vezes essa publicidade é voltada para produtos alimentícios que contêm açúcar”. (ALCANTARA, et al., 2019)

Segundo Moura (2010), um documento da Organização Mundial da Saúde (OMS), com o nome Marketing De Alimentos Para Criança: O Ambiente Regulatório Global, relata que em alguns países propagandas tem restrições para não ocorrer nenhum tipo de influência na alimentação. Confira na tabela 2, abaixo:

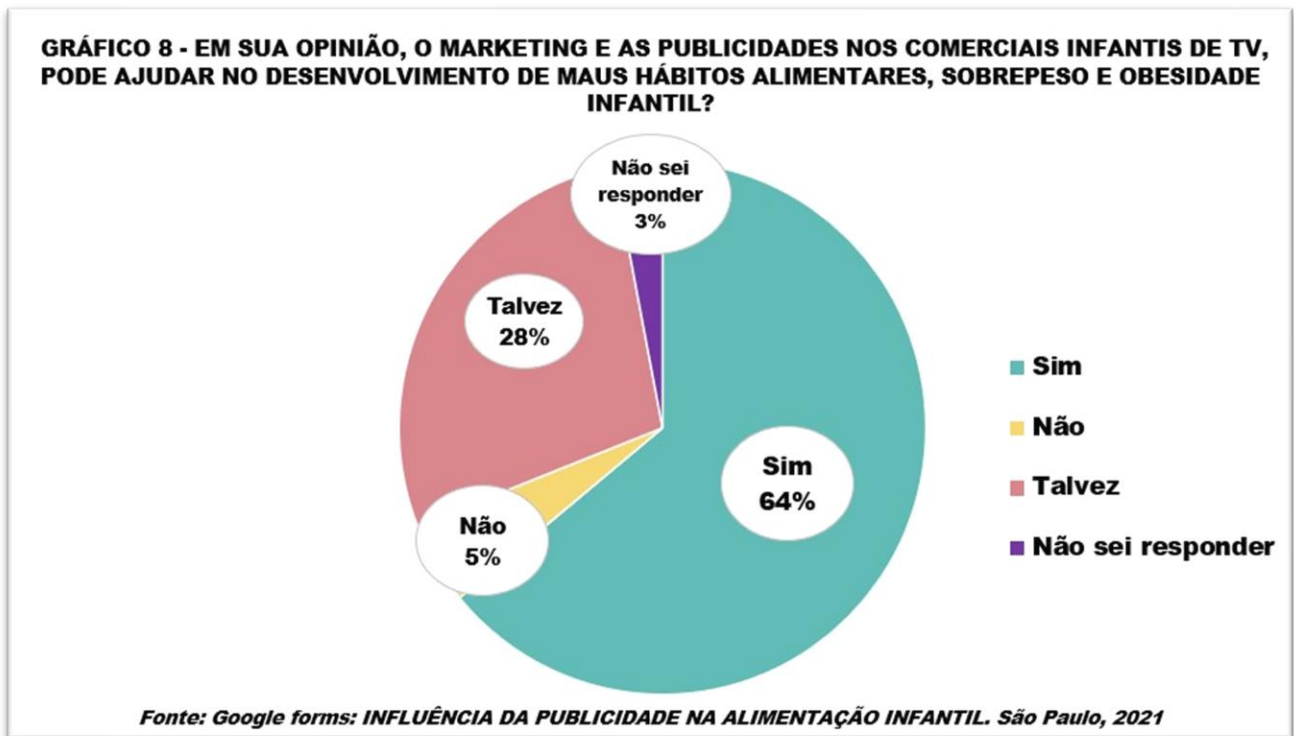
TABELA 2 – Restrições de propagandas em alguns países	
PAISES	RESTRICÇÕES
• NORUEGA E SUÍÇA	• Proíbem propagandas para crianças com menos de 12 anos.
• ÁUSTRIA E BÉLGICA	• Proíbem propagandas antes e depois de programas infantis.
• DINAMARCA	• Fazem restrições quanto à utilização de figuras e animais de programas infantis nos comércios.
• ITÁLIA	• Fazem restrições a propagandas e tem penalidades financeiras.
• AUSTRALIA	• Proíbem propagandas durante programas para as crianças
• MALÁSIA, PAQUISTÃO E TAILÂNDIA	• As propagandas são pré-avaliadas e têm que serem aprovadas pelo governo.

Fonte: Moura, 2010. Revista Segurança Alimentar e Nutricional.

No Brasil de 1990 até 2014, foi usada a Lei N° 8.078 de 11 de setembro de 1990 do Código de Defesa do Consumidor (CDC), art. 37, onde é proibida toda publicidade enganosa ou abusiva. (BRASIL,1990) Em 2014, foi criada exclusivamente pelo o Conselho Nacional dos Direitos da Criança e do Adolescente (Conanda) a Resolução N° 163 de 13 de março de 2014, onde é ilegal a publicidade para crianças menores de 12 anos. Essa Resolução é aplicada tanto em emissoras de tv's, quanto á publicidade realizada em eventos, espaços públicos, internet, entre outros. Ela determina práticas que são consideradas abusivas com a intenção de induzir a criança a desejar qualquer produto ou serviço. Portanto nenhuma

publicidade pode apresentar, efeitos especiais e excesso de cores, trilhas sonoras de músicas infantis ou cantadas por vozes de criança, representação de criança, pessoas ou celebridades com apelo ao público infantil, personagens ou apresentadores infantis, entre outros. (BRASIL, 2016)

Muitas marcas ainda abusam da ingenuidade das crianças e não seguem o que a lei estabelece, o que ocasionou um processo a uma empresa de bolachas. Na ocasião, era uma “promoção” que ofereciam relógios inspirados em personagens infantis, porém para ganhar o brinde tinham que comprar no total cinco pacotes de bolachas e pagar mais 5 reais. Os Ministros consideraram como abuso da inocência das crianças, juntamente de venda casada, gerando assim processo. (BRASIL, 2016)



Com os resultados obtidos no gráfico 8, 64% os pais/responsáveis concordam que as crianças, são diariamente influenciadas por alguma propaganda que assiste na televisão e que podem levar a comorbidades na infância. Há estudos, que já comprovam que a televisão gera hábitos não saudáveis em crianças e adolescentes. A grande preocupação é que a maior parte dos alimentos são industrializados com teor elevadíssimos de sódios, açúcares e gorduras, fazendo assim o baixo consumo de frutas, legumes e verduras”. (LUCCHINI & ENES; 2014)

Um estudo foi realizado no período de agosto a setembro de 2009, em uma escola da rede estadual na cidade de Umuarama – PR com crianças 226 crianças em idade escolar, sendo 133 meninas e 93 meninos. Foi constatado através de antropometria que, 17 meninos apresentaram 18,25% de sobrepeso e 20 meninos apresentaram 21,5% de obesidade (IMC >90). Já as meninas, 22 apresentaram 16,54% de sobrepeso e 31 meninas apresentaram 23,3% de obesidade. Dessas 226 crianças, somente 64 (28,31%) fazem atividade físicas mais de 3 vezes por semana, enquanto 154 (68,14%) disse que só fazem durante a aula de educação física na escola, que acontece 2 vezes na semana. (CARVALHO; BELÉM; ODA; 2017)

Assim como a mídia através da publicidade televisionam propagandas de redes de fast food, alimentos industrializados, entre outros, poderiam incentivar através dessa pratica a importância do consumo de alimentos naturais e minimamente processados tais como: frutas, legumes, hortaliças e vegetais, usando programas ou comerciais educacionais. Assim as crianças podem criar junto dos pais/responsáveis bons hábitos alimentares, garantindo uma boa qualidade de vida desde a infância. (SOUZA, et al., 2020)

5.0 Conclusão

Este trabalho possibilita compreender o impacto da propaganda e o crescente efeito do marketing na alimentação infantil, principalmente na fase escolar facilitando a troca de uma alimentação saudável por uma não saudável. Diante de uma grave falta de apoio dos pais e o fácil acesso das crianças com a tecnologia e equipamentos de ponta, observa-se que as publicidades atraem as crianças para o consumo de alimentos que prejudicam a saúde das mais diversas formas, esses métodos muitas das vezes não são perceptivos.

A mídia tem contribuído para mudanças nos hábitos alimentares das pessoas e gradualmente na seleção de determinados alimentos em função desses produtos, a disseminação é de forma atrativa, associando determinado tipo de alimento ao estilo de vida desejado.

Por mais que já existe a Resolução N° 163 do Conanda para proteger as crianças dos abusos das publicidades infantis, no Brasil, não é seguido o que ela determina. Nossa Legislação Brasileira deveria ser mais regida aos meios de comunicações iguais aos países citados aqui no presente trabalho, assim coibindo tais abusos e garantindo uma proteção maior para as crianças.

Em vista dos argumentos apresentados, conclui-se que quando se trata de nutrição, os pais devem ser os maiores incentivadores e apoiadores de seus filhos para manter um bom hábito alimentar, pois se os pais não puderem se tornar educadores da qualidade de vida de seus filhos, os filhos serão afetados pelo mundo exterior, portanto, uma boa dieta e melhor qualidade de vida começa em casa.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALCANTARA, F. B. De; SILVA RODRIGUES, J. C. Da; DA SILVA, K. K.; DOS SANTOS, M. C.; SILVA, T. M.; BERNI, A. L. **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, 18 jul. 2019. Disponível em: <Vista do A Influência da mídia e publicidade na alimentação de escolares: o papel da educação alimentar (acervomais.com.br)>. Acesso em: 29 de ago. de 2021.

ALMEIDA, Gabriel. **CONSUMO DE ALIMENTOS INDUSTRIALIZADOS IMPACTA NA SAÚDE DAS CRIANÇAS**. JC24H. Jornal Correio 24 Horas. Bahia: 03.12.2018. 1 p. Disponível em: <<https://www.correio24horas.com.br/noticia/nid/consumo-de-alimentos-industrializados-impacta-na-saude-das-criancas/>>. Acesso em: 29 de ago. de 2021.

ASSOLINI, Pablo José. **O MUNDO ENCANTADO DA COMUNICAÇÃO DIRECIONADA ÀS CRIANÇAS: O OUTRO LADO DAS REDES DE FAST FOOD**. 2010. 164 f. Dissertação (Mestrado em Processo Comunicacionais) - Universidade Metodista de São Paulo, São Bernardo do Campo, 2010. Disponível em: <<http://tede.metodista.br/jspui/handle/tede/903>>. Acesso em: 05 de set. de 2021.

BRASIL, Câmara Dos Deputados. **Centro de Documentação e Informação** (1990). Lei N° 8.078, Seção III - Da Publicidade, Art.37. Disponível em: <<lei-8078-11-setembro-1990-365086-norma-actualizada-pl.pdf> (camara.leg.br)>. Acesso em: 12 de out. de 2021

BRASIL. Diário Oficial da União. **Secretaria de Direitos Humanos, Conselho Nacional dos Direitos da Criança e do Adolescente**. Resolução nº 163, de 13 de março de 2014. Brasília, DF: Secretaria de Direitos Humanos, 2014b. Disponível em: <<http://pesquisa.in.gov.br/imprensa/jsp/visualiza/index>>. Acesso em: 09 de ago. de 2021.

BRASIL. Diário Oficial da União. **Secretaria de Direitos Humanos, Conselho Nacional dos Direitos Da Criança e do Adolescente**. Resolução nº 163, de 13 de março de 2014. Brasília, DF: Secretaria De Direitos Humanos, 2014b. Disponível em: <<http://pesquisa.in.gov.br/imprensa/jsp/visualiza/index.Jsp?jornal=1&pagina=4&data=04/04/2014>>. Acesso em: 05 de set. de 2021.

BRASIL. Governo De Minas. Assessoria de Comunicação Social da Faculdade de Medicina da UFMG, Departamento De Pediatria. **Cartilha Orientação Nutricional**. Minas Gerais: Governo De Minas. 12 de mar. de 2013. 32 p. Disponível em: <<CartilHA.indd> (ufmg.br)>. Acesso em:10 de set. de 2021.

BRASIL. Ministério da Mulher, da Família e dos Direitos Humanos. **Brasil avança na proteção de crianças contra a publicidade abusiva**. Resolução nº 163, de 13 de março de 2014. Goiás, GO. Publicado em 15 de mar. De 2016. Disponível em: <Brasil avança na proteção de crianças contra a publicidade abusiva — Português (Brasil) (www.gov.br)>Acesso em: 12 de out. de 2021

BRASIL. Ministério da Saúde. **Obesidade infantil afeta 3,1 milhões de crianças menores de 10 anos no Brasil**. Goiás, GO. Ministério da saúde. Publicado em 03 de jun. de 2021. 1 p. Disponível em: <Obesidade infantil afeta 3,1 milhões de crianças menores de 10 anos no Brasil — português (Brasil) (www.gov.br)>. Acesso em: 30 de ago. de 2021.

CARVALHO, A. R. M de; BELÉM, M. de O.; ODA, J. Y. **Sobrepeso e obesidade em alunos de 6-10 anos de escola Estadual de Umuarama/PR**. Arq. Cienc. Saúde UNIPAR, Umuarama, v. 21, n. 1, p, 3-12, jan./abr. 2017. Disponível em: <(PDF) SOBREPESO E OBESIDADE EM ALUNOS DE 6-10 ANOS DE ESCOLA ESTADUAL DE UMUARAMA/PR (researchgate.net)>. Acesso em: 13 de out. de 2021.

Coutinho MFG. **Crescimento e desenvolvimento na adolescência**. - Revista de Pediatria SOPERJ. 2011;12(supl 1) (1):28-34. Disponível em:<Revista de Pediatria SOPERJ>. Acesso em: 21 de set. de 2021

DE CEZAR, ÉDINA; MESSA TEIXEIRA, E.; MAIA MARTINELLI RAMOS, L.; MARQUES DELLAGLIO, S.; DE FREITAS COUTO, S.; CUNHA SCHLOSSER, K. **INCENTIVO AO CONSUMO DE FRUTAS, VERDURAS E LEGUMES PARA CRIANÇAS DE ESCOLAS INFANTIS DE ITAQUI/RS**. Anais do Salão Internacional de Ensino, Pesquisa e Extensão, v. 8, n. 3, 14 fev. 2020. Disponível em: <https://periodicos.unipampa.edu.br/index.php/SIEPE/article/view/85072>. Acesso em: 21 de set. de 2021.

FREIRE, Cláudia de Oliveira; SIQUEIRA, Alessandra Cardoso. **A influência da tecnologia no desenvolvimento infantil**. Revista FAROL – Faculdade Rolim de Moura – RO, 2019, v. 8, nº 8, p. 22-39. Disponível em: <http://revistafarol.com.br/index.php/farol/article/view/152/132>. Acesso em: 29 de ago. de 2021.

FRUTUOSO MFP, Bismarck-Nasr EM Gambardella AMD. **Redução do dispêndio energético e excesso de peso corporal em adolescentes**. Rev. Nutr. 2003; 16(3):257-63. doi: 10.1590/S1415-52732003000 300003. Acesso em: 29 de ago. de 2021.

GAMA, Guilherme. **Criança que come ultra processados tem maior risco de se tornar adulto obeso**. São Paulo: Jornal da USP, 2021. 1 p. Disponível em: <https://www.uol.com.br/vivabem/noticias/redacao/2021/07/09/criancas-que-comem-ultraprocessados-tem-maior-risco-de-serem-adultos-obesos.htm?cmpid.>. Acesso em: 29 de ago. de 2021.

HENRIQUES, P. et al. **Regulamentação da propaganda de alimentos infantis como estratégia para a Promoção da saúde**. Revista Ciência e Saúde Coletiva, v.17, n.2, p. 481-490, 2012. Disponível em: http://www.scielo.br/pdf/csc/v17n2/a21v17n2.pdf>. Acesso em: 05 de set. de 2021

LAMOUNIER, J. A.; LEÃO, E. **Nutrição na infância**. In: OLIVEIRA, J. E. D. de; MARCHINI, J. S. (Org.). Ciências nutricionais. São Paulo: Sarvier, 1998. p.217-237.1. Acesso em: 29 de ago. de 2021.

LUCCHINI, B.G.; ENES, C.C. **Influência do Comportamento Sedentário Sobre o Padrão Alimentar de Adolescentes.** In: XIX Encontro de Iniciação Científica -Anais do IV Encontro de Iniciação em Desenvolvimento Tecnológico e Inovação, 2014, PUC Campinas. Disponível em: <INFLUÊNCIA DO COMPORTAMENTO SEDENTÁRIO SOBRE O PADRÃO ALIMENTAR DE ADOLESCENTES - PDF Free Download (docplayer.com.br)>. Acesso em: 10 de out. de 2021

MANUAL DE AVALIAÇÃO NUTRICIONAL 2ª EDIÇÃO – ATUALIZADA - 2021/ Sociedade Brasileira de Pediatria. Departamento Científico de Nutrologia. São Paulo: SBP. 2021. 120 p. Disponível em:<22962d-ManAval Nutricional - 2Ed Atualizada MIOLO.indd (sbp.com.br)>. Acesso em: 10 de set. de 2021

MOURA, Neila Camargo De. **Influência da mídia no comportamento alimentar de crianças e adolescentes.** Revista Segurança Alimentar e Nutricional. Campinas, 17 (1):113-122, 2010. Disponível em: <Vista do Influência da mídia no comportamento alimentar de crianças e adolescentes (unicamp.br)>. Acesso em: 10 de out. de 2021

PIMENTA, T. A. M.; ROCHA, R.; MARCONDES, N. A. V. **Políticas públicas de intervenção na obesidade infantil no Brasil: uma breve análise da política nacional de alimentação e nutrição e política nacional de promoção da saúde.** Cient Ciênc Biol Saúde, v.17, n.2, p. 139-146, 2015. Disponível em: <<http://bases.bireme.br/cgi-bin/wxislind.exe/iah/online/?IsisScript=iah/iah.xis&src=google&base=LILACS&lang=p&nextAction=Ink&exprSearch=759600&indexSearch=ID>>. Acesso em: 29 de ago. de 2021.

SILVA, M.R.B; MENDONÇA, M; BARROS, D.S.A. **INFLUÊNCIA DA ALIMENTAÇÃO NA MENARCA DAS MENINAS DO MUNICÍPIO DE ITAITUBA/PA.** Itaituba, PA: 26 de junho de 2016. Web Artigos. Disponível em: <<https://www.webartigos.com/artigos/influencia-da-alimentacao-na-menarca-das-meninas-do-municipio-de-itaituba-pa/143679>>. Acesso em: 21 de set. de 2021.

SOUZA, Fabiane Almeida de et al. **A INFLUÊNCIA DA MÍDIA NO COMPORTAMENTO ALIMENTAR INFANTIL...** In: Anais do XII Encontro de Iniciação Científica e Extensão da Estácio Amazônia. Anais...Boa Vista (RR) Estácio da Amazônia, 2020. Disponível em: <<https://www.even3.com.br/anais/XIIEICEA/292460-A-INFLUENCIA-DA-MIDIA-NO-COMPORTAMENTO-ALIMENTAR-INFANTIL>>. Acesso em: 15 de out. de 2021

SOUZA, Dr. Deivid Calebe de. **Alimentos ultra processados: saiba os motivos para evitá-los.** Florianópolis, SC: SOMA, 2021. 1 p. Disponível em: <Blog - Clínica Soma (clnicasoma.com.br)>. Acesso em: 04 de set. de 2021

TUMELEIRO, LF; et al. **Dependência de internet: um estudo com jovens do último ano do ensino médio.** Revista Interinstitucional de Psicologia, 2018, v. 11, nº 2, p. 279-293. Disponível em: <<http://pepsic.bvsalud.org/pdf/gerais/v11n2/07.pdf>>. Acesso em: 09 de ago. de 2021

UEDA, M.H. et al. **Publicidade de Alimentos e Escolhas Alimentares de Criança.** Psicologia: Teoria e Pesquisa, v.30, n. 1, p. 53-61, 2014. Disponível em:<<http://www.scielo.br/pdf/ptp/v30n1/07.pdf>>. Acesso em: 09 de ago. de 2021.

WAISBURG, H. **La tecnología virtual y el niño**. Medicina Infantil, 2018, v. 25, nº 3. Disponible em: http://www.medicinainfantil.org.ar/images/stories/volumen/2018/xxv_3_277.pdf. Acesso em: 09 de ago. de 2021

Apêndice

Esse formulário foi desenvolvido com o objetivo de ajudar o Trabalho de Conclusão de Curso (TCC), do grupo "Influência Da Publicidade Na Alimentação Infantil", de crianças na fase escolar dos 6 aos 10 anos, do curso Técnico Em Nutrição e Dietética, da Etec De Cidade Tiradentes.

- Contém perguntas sobre alimentação

1-Seu nome

2-Qual o gênero do seu filho(a)? *

Masculino

Feminino

3-Qual a idade do seu filho(a)? *

6-7

8

9-10

4-Seu filho(a) passa quantas horas por dia em contato com o celular/tablet/televisão? *

Menos de 1 hora

De 1 a 2 horas

3 ou mais

Não assiste

5-Com qual frequência seu filho(a) consome alimentos ultra processados (ex. suco em pó, bolachas recheadas, salgadinhos e balas)? *

Todos os dias da semana

3 vezes na semana

1 a 2 vezes na semana

Não consome esses alimentos

6-Pais, vocês acham que as redes de fast-food e propagandas que oferecem brinquedos, influência na escolha da alimentação da criança? *

Sim

Não

Talvez

Não sei responder

7-Já ocorreu do seu filho(a) desejar algum alimento que ele viu em alguma mídia (comerciais, de tv, canais de vídeos ou jogos)? *

Sim

Não

8- Em sua opinião, o Marketing e as Publicidades nos comerciais infantis de tv, pode ajudar no desenvolvimento de maus hábitos alimentares, sobrepeso e obesidade infantil? *

Sim

Não

Talvez

Não sei responder