

## **A INFLUÊNCIA DA MÍDIA NA ALIMENTAÇÃO INFANTIL: UMA REVISÃO DA LITERATURA**

## **THE INFLUENCE OF MEDIA ON CHILD NUTRITION: A REVIEW OF THE LITERATURE**

Ícaro José Ferreira Vital - IBMR ica.vital@gmail.com; Alexandre de Araújo Cabral Júnior – IBMR acabral3436@gmail.com; Guilherme Barros Ribeiro – IBMR guilhermebarrosribeiro.contato@gmail.com; Raphaelly de Farias Magalhães – IBMR raphaeldefarias@gmail.com; Letícia Quaresma Paolino (Dr.) – IBMR leticia.paolino@ulife.com.br; Raquel Senna Telhado (Dr.) – IBMR raquel.telhado@ulife.com.br

**Resumo:** A alimentação infantil se tornou um tema cada vez mais importante na atualidade e na saúde pública, pois, os hábitos alimentares que se formam na infância estão sendo fortemente influenciados pela mídia. A presença de propagandas em diversos meios, impacta as preferências alimentares das crianças, promovendo o consumo de alimentos ultraprocessados e contribuindo para o aumento das Doenças Crônicas Não Transmissíveis. O objetivo deste trabalho é realizar uma revisão bibliográfica com base nos dados disponibilizados pelo PubMed, Scielo e Google Scholar para explorar a influência da mídia nas escolhas alimentares das crianças entre 6 e 12 anos e analisar a sua influência na alimentação infantil e os mecanismos através dos quais os anúncios e animações impactam as escolhas alimentares. A família, juntamente com instituições educativas, detém um papel central no desenvolvimento de hábitos alimentares saudáveis junto às crianças, impactando sua saúde física e emocional durante toda a vida.

**Palavras-chave:** Alimentação infantil; Mídia e alimentação; Educação nutricional

### **INTRODUÇÃO**

A alimentação infantil é um tema de crescente relevância na saúde pública atual, uma vez que os hábitos alimentares desses indivíduos são moldados e desenvolvidos nesse período. A mídia, com sua presença cada vez mais abrangente, influencia de forma significativa as preferências alimentares e o comportamento de consumo, tanto em adultos quanto em crianças. Segundo Cavallini e Tedeschi (2016), as práticas publicitárias, muitas vezes ao público infantil, exacerbam o problema do consumo de ultraprocessados e contribuem para o desenvolvimento das Doenças Crônicas Não Transmissíveis (DCNTs), como obesidade, diabetes tipo 2 e doenças cardiovasculares.

Diante desse cenário, esse estudo busca explorar a influência e as estratégias da mídia sobre as escolhas alimentares das crianças na segunda infância (que compreende a faixa etária entre 6 e 12 anos, quando as preferências alimentares começam a se solidificar), o desenvolvimento de DCNTs decorrentes da má alimentação e o que é necessário para mudar o quadro nutricional com a percepção e trabalho conjunto dos responsáveis principais e das unidades escolares, propondo-se possíveis intervenções que visem à redução e à prevenção das DCNTs.

## METODOLOGIA

Revisão bibliográfica narrativa de literatura, no período de agosto a novembro de 2024. A busca foi realizada nas bases de dados científicos, PubMed, Scielo e Google Scholar. As palavras-chave utilizadas para a busca incluíram: “alimentação infantil”, “mídia e alimentação”, “doenças crônicas não transmissíveis” e “educação nutricional”. Os critérios de inclusão foram, estudos dos últimos 10 anos, pertinência ao tema, utilização de dados atuais com referências em sites como OMS, SISVAN e Ministério da Saúde, revistas científicas com bases de estudo recentes, foco em crianças de 6 a 12 anos e base em artigos nas línguas portuguesa e inglesa. A revisão foi estruturada em três partes principais: A influência da mídia na alimentação e o impacto do marketing alimentar na formação de preferências alimentares; O desenvolvimento de DCNTs decorrentes da má alimentação; O papel dos pais e das escolas na promoção de hábitos alimentares saudáveis e na prevenção das DCNTs.

Foram identificados 17 artigos, sendo 15 deles selecionados para sequência da pesquisa, pois esses apresentavam os parâmetros selecionados para a revisão. Os outros 2 artigos foram excluídos por falta de adequação temporal das publicações planejadas para esse trabalho. Os estudos selecionados foram analisados para compreender as relações entre mídia, marketing e alimentação.

## RESULTADOS E DISCUSSÃO

### **A influência da mídia e as estratégias de marketing alimentar**

É perceptivo a identificação das crianças com seus personagens favoritos, estampados em embalagens de produtos ultraprocessados como biscoitos, doces,

balas e bebidas açucaradas, criando uma forte conexão. (CUNHA; CAVALCANTE, 2022)

As indústrias alimentícias aproveitam muito da estratégia de marketing para lucrar com a popularidade das franquias de entretenimento e atrair o público infantil, facilitando a aceitação e a preferência por esses itens ultraprocessados. (TEXEIRA; ASSIS, 2022)

### **Os impactos causados pela má alimentação e a ações**

A má alimentação infantil, frequentemente influenciada pelo marketing e pela mídia, pode resultar em uma série de consequências negativas para a saúde das crianças. Esse cenário é preocupante, pois os hábitos alimentares formados na infância tendem a se perpetuar ao longo dos anos, contribuindo para o desenvolvimento de doenças crônicas não transmissíveis (DCNTs) na fase adulta. A associação entre o consumo de alimentos ultraprocessados e o desenvolvimento dessas doenças tem sido corroborada (MONTEIRO et al., 2020).

A construção de bons hábitos alimentares ainda na infância é de suma importância em todos os níveis, como família, escola e políticas nacionais, sendo essencial para um crescimento e desenvolvimento adequados, e como um fator importante para a prevenção de doenças na vida adulta (ALMEIDA et al., 2018).

## **CONCLUSÃO**

É crucial que pais, escolas, profissionais de saúde e governos atuem de forma conjunta para combater o marketing excessivo de alimentos não saudáveis e promover hábitos alimentares saudáveis desde a infância.

A família, juntamente com instituições educativas, detém um papel central no desenvolvimento de hábitos alimentares saudáveis junto às crianças, impactando sua saúde física e emocional durante toda a vida. A interação entre o ambiente familiar e escolar proporciona uma educação alimentar sólida e abrangente e promove o desenvolvimento de práticas nutricionais conscientes, formando indivíduos mais capazes de fazer escolhas alimentares saudáveis e sustentáveis.

## REFERÊNCIAS

- ALMEIDA, F. S.; et al. A influência dos pais nos hábitos alimentares das crianças e seu reflexo no perfil de transição nutricional brasileiro. 2018. Disponível em: <<https://ri.unipac.br/repositorio/wp-content/uploads/2019/02/NUTRIÇÃO-Franciele-Santana-de-Almeida.pdf>> . Acesso em: 19 out. 2024.
- CAVALLINI, I.; TEDESCHI, M. A comida e suas linguagens. Pátio Educação Infantil, Porto Alegre, n.47, abril 2016. Disponível em: [www.loja.grupoa.com.br/revista-patio](http://www.loja.grupoa.com.br/revista-patio). Acesso em: 30 out. 2024.
- CUNHA, N.; CAVALCANTE, I. A mídia e os padrões alimentares na infância. Research, Society and Development. 11. e13811830530. 10.33448/rsd-v11i8.30530. 2022. Disponível em: [https://www.researchgate.net/publication/361273681\\_A\\_midia\\_e\\_os\\_padroes\\_alimentares\\_na\\_infancia](https://www.researchgate.net/publication/361273681_A_midia_e_os_padroes_alimentares_na_infancia) Acesso em: 21 set. 2024.
- MONTEIRO, C. A., et al."Ultra-processed foods: what they are and how to identify them." \*Public Health Nutrition\*, 23 n.1, p.115, 2020.
- TEIXEIRA, L. A.; ASSIS, W., 2022. A influência da mídia na alimentação infantil. Disponível em: <https://www.grupounibra.com/repositorio/NUTRI/2022/a-influencia-da-midia-na-alimentacao-infantil-29.pdf> Acesso em: 14 set, 2024.