

A INFLUÊNCIA DAS PROPAGANDAS ALIMENTÍCIAS NA ALIMENTAÇÃO INFANTIL E NO ESTADO NUTRICIONAL

The influence of food advertisements on children's food and nutritional state

Giovana Felicicima da Silva Braz¹

Débora Tarcinalli Souza²

¹Discente do curso de Nutrição das Faculdades Integradas de Bauru

²Orientadora e Docente do curso de Nutrição das Faculdades Integradas de Bauru

Resumo: A publicidade tem um poder indiscutível, de persuadir as pessoas e induzir ao consumo de produtos, principalmente os alimentícios. Cada vez mais, a população confia nas informações que lhes são passadas pela mídia, se tornando o principal difusor dos alimentos industrializados. Estes, na maioria das vezes são altamente calóricos, ricos em gorduras, açúcares ou sal, além de baixo valor nutricional. Quando o público-alvo se trata de crianças, não se deve deixar que a mídia interfira de forma direta em suas decisões, escolhas e hábitos alimentares. Esse trabalho, contextualiza e apresenta como deve ser realizada a introdução alimentar, além de mostrar como as propagandas alimentícias divulgadas pelos veículos de comunicação podem influenciar o público infantil, impactando negativamente na alimentação e no estado nutricional das crianças. Trata-se de uma revisão de literatura, com pesquisas realizadas em bases de dados como PubMed e SciELO, e em ferramentas como Google Acadêmico, no período de 1990 a 2021, sendo as referências mais antigas relacionadas a leis e decretos. Constatou-se que os meios de comunicação influenciam nas escolhas alimentares infantis, bem como no estado nutricional, sendo necessária a intervenção de um nutricionista.

Palavras-chave: Crianças; Nutrição; Comportamento Alimentar; Publicidade; Marketing

Abstract: Publicity has an undeniable power to persuade people and induce the consumption of products, especially alimentary. Increasingly, the population trusts the information given to them by the media, becoming the main processed foods diffuser. Mostly, these are high in calories, rich in fats, sugars or salt moreover low nutritional value. When the audience is children, the media to must not interfere directly in their decisions, choices and eating. This Final paper context and show how the food introduction must be done, and shows how media food advertising difusion can influence children, causing a negative effect on diet and nutrition of the children. This is a literature review, resultant of researchs in databases such as PubMed and SciELO, and tools like Google Scholar, between 1990 and 2021, the older references being related to laws and decrees. It was found that children's food choices and their nutritional status are influenced by media, requiring a nutritionist intervention.

Keywords: Child; Nutrition; Feeding Behavior; Advertising; Marketing

Introdução

A alimentação infantil é uma grande preocupação para a comunidade científica, pois envolve vários aspectos além dos nutricionais. Uma introdução inadequada pode refletir nas práticas alimentares nos primeiros anos de vida, assim como na formação dos hábitos alimentares que podem ser influenciados por vários fatores ambientais, como família, amigos e escola, fatores de ordem genética, socioeconômica, cultural, étnica, religiosa, assim como pela mídia (SILVA *et al.*, 2016).

Concordando com os autores anteriores as preferências alimentares podem se modificar ao longo da vida, recebendo influências biológicas, sociais e ambientais, sendo que essas preferências podem determinar as escolhas alimentares e, portanto, a qualidade da alimentação. O nicho ecológico em que a criança vive, inclui a família, sendo influenciado pela comunidade, sociedade, mídia e oferta de alimentos. Os pais fornecem hábitos alimentares e experiências com alimentos para seus filhos, além disso, eles os inspiram no comportamento alimentar, no estilo de vida, nas atitudes relacionadas à alimentação e na satisfação ou insatisfação com suas imagens corporais (SCAGLIONI *et al.*, 2018).

Vale ressaltar que a alimentação é essencial em todas as fases da vida, principalmente nos primeiros anos, período em que o organismo está em crescimento e desenvolvimento, onde a formação de hábitos saudáveis deve ser iniciada para promover à saúde. Apesar do aleitamento materno (AM) ter aumentado no Brasil, sua duração ainda é menor do que o preconizado. Muitas crianças menores de seis meses já receberam outro tipo de leite, como o de vaca e os modificados pela indústria, acrescido de farinha e/ou açúcar, e poucas delas continuam recebendo exclusivamente o leite materno (LM) (BRASIL, 2019).

Concordando com o Ministério da Saúde (MS) (BRASIL, 2019), Batista *et al.* (2018) discorrem que AM é essencial na alimentação infantil, principalmente até o sexto mês de vida, preconizando o AM exclusivo nesta fase. Além das vantagens nutricionais, ele melhora a resposta imunológica, diminuindo a incidência de infecções e outras morbidades infantis. Eles ainda mostram que existe um aumento relativo na prevalência do AM exclusivo em menores de 6 meses nos países desenvolvidos, pois em 1995 era de 33% e em 2010 subiu para 39%. No Brasil, em 2008, observou-se que essa prevalência era de 41% em todas as capitais brasileiras, sendo este comportamento bastante heterogêneo entre as regiões. Apesar destes dados estarem

melhorando o AM exclusivo abaixo de 50% é considerado uma estimativa ruim.

Entretanto de acordo com resultados preliminares do Estudo Nacional de Alimentação e Nutrição Infantil (ENANI) encomendado e financiado pelo MS, os índices de AM vem melhorando no Brasil, principalmente quando comparados à inquéritos nacionais anteriores, segundo a Organização Mundial da Saúde (OMS), todos os indicadores melhoraram no Brasil. Neste estudo foram avaliadas 14.505 crianças menores de cinco anos entre fevereiro de 2019 e março de 2020, sendo verificado que 53% das crianças brasileiras continuaram mamando no primeiro ano de vida. Além disso, eles observaram que o AM exclusivo em menores de 6 meses foi de 45,7%. Já nas menores de quatro meses, chegou a 60%. Ou seja, nos últimos 34 anos, houve um acréscimo de quase 13 vezes no índice do AM exclusivo em bebês menores de 4 meses e de 16 vezes entre menores de 6 meses. Em relação ao indicador de AM complementar, ou seja, até 24 meses de vida, o aumento registrado foi de 22,7 vezes no 1º ano e de 23,5 em menores de 24 meses, em comparação com os dados da Pesquisa Nacional de Demografia e Saúde (PNDS) de 1986 (UFRJ, 2020).

Esta melhora é importante, pois a amamentação oferece inúmeros benefícios para a criança e a mãe, pois o LM é um alimento único e inigualável, totalmente adaptado às suas necessidades nos primeiros anos, garantindo uma vida saudável e a promoção de saúde. Ele é produzido naturalmente pelo corpo da mulher, composto de anticorpos e outras substâncias que as protegem contra infecções, e ajuda a prevenir o surgimento de doenças na vida adulta. Basicamente, o LM é uma estratégia natural de vínculo, afeto, proteção e nutrição, que também reduz a morbimortalidade infantil (BRASIL, 2019).

Segundo Oliveira *et al.* (2019) o LM protege o bebê contra diversas doenças e complicações infecciosas, diminuindo a mortalidade infantil e melhorando o desenvolvimento cognitivo, além disso, possui vantagens maternas como a redução de alguns tipos de câncer como os de mama e ovário, redução da diabetes tipo II e da depressão pós-parto. Sendo assim, a OMS e a Academia Americana de Pediatria (AAP) recomendam a amamentação, principalmente nos primeiros seis meses de vida.

O MS recomenda que a criança seja amamentada logo após o parto de preferência na primeira hora devendo ser prolongada até os *2 anos de idade ou mais*. Nos primeiros 6 meses, o bebê precisa do AM exclusivo, que é a oferta, somente de

LM, sem adição de líquidos ou qualquer outro alimento, na constituição da alimentação. Oferecer outros alimentos antes desse período é uma prática desnecessária e que pode ser prejudicial, elevando o risco de desenvolvimento de doenças e atrapalhando a absorção de nutrientes essenciais. Por isso, na maioria das vezes, as crianças em geral, só estão aptas para receber outros alimentos por volta dos 6 meses em diante (BRASIL, 2019).

Batista *et al.* (2018) complementam que muitos fatores estão relacionados a baixa adesão da amamentação, entre eles: inclui fatores relacionados à gestação, fatores familiares, ofertas de leites artificiais como alternativa para o LM, e o principal, retorno ao trabalho, devido à falta de proteção legal para a amamentação. Além disso, a utilização de chupetas e mamadeiras podem ser consideradas um forte fator de risco para o desmame precoce, pois podem alterar a disfunção da dinâmica muscular, levando o bebê a comportamentos de sucção inadequados.

Entretanto, ao completar 6 meses a criança precisa receber os alimentos complementares, além do LM, a fim de proporcionar, alimentação variada, balanceada, saborosa e respeitando suas tradições (BRASIL, 2019).

Por isso, com seis meses deve-se iniciar a Alimentação Complementar (AC), que se trata de um período de transição, cheio de novidades para o bebê que se alimentava somente de leite. Ele poderá receber a mesma alimentação da família, com ajustes necessários, no sabor ou consistência, pois está formando seu paladar e os dentinhos começam a romper. A refeição precisa incluir alimentos de todos os grupos alimentares: cereais e tubérculos, leguminosas, hortaliças e frutas, devendo ser variados. Ainda assim, o LM continua sendo a principal fonte de nutrientes durante a introdução alimentar. Nesta fase, é preciso atentar-se as alergias e intolerâncias alimentares, tomando cuidados com alimentos a serem evitados nos primeiros anos da criança, seja pelo risco de contaminação, sobrecarga do organismo ou pelo elevado potencial alergênico, como: mel, ovo cru, leite de vaca, iogurte, frutos do mar, carnes cruas e malpassadas, oleaginosas entre outras (LOBO, 2017).

Outro problema observado nos dois primeiros anos de vida, é que as crianças estão sendo expostas muito cedo a alimentos processados e ultraprocessados, com pouca variedade de alimentos saudáveis como os *in natura* ou minimamente processados. Assim, o desmame precoce e a alimentação de baixa qualidade nutricional, podem trazer consequências à sua saúde, aumentando o risco de má nutrição e prejuízos no desenvolvimento. Outro fato observado é que o índice

de sobrepeso e obesidade vem crescendo, devido as escolhas alimentares, hábitos sedentários e o estilo de vida, embora casos de desnutrição, anemia e deficiência de nutrientes continuam a existir (BRASIL, 2019).

Este comportamento familiar discorrido pelo MS (BRASIL, 2019), está relacionado as estratégias de marketing que são dirigidas principalmente ao público infantil, refletindo na comunicação, no comportamento de compra e no consumo das crianças que vivem numa época altamente tecnológica, em que, adultos e crianças estão sujeitos diariamente a uma grande quantidade de informações divulgadas na internet e em mídias no geral. Esta influência midiática, conseqüentemente incentiva a formação do desejo de consumo (ROMEIRO *et al.*, 2016).

Anualmente, muitos investimentos são feitos pelas empresas em marketing, com o objetivo de alcançar as crianças e adolescentes, pois nota-se que este público investe bilhões em compras, influenciando as escolhas familiares, prometendo fidelidade às marcas a longo prazo. Com isso, essas estratégias midiáticas, influenciam drasticamente no comportamento alimentar, causando conflito familiar e vulnerabilidade das crianças como público. Pesquisadores mostram que as crianças são um grupo de consumidores vulneráveis, e que geralmente não têm a capacidade de detectar a intenção persuasiva das propagandas, e por isso, os pais devem auxiliar positivamente na compreensão dos filhos sobre as propagandas, tentando minimizar seus efeitos indesejáveis, conversando regularmente com eles sobre o assunto tratado (LAPIERRE *et al.*, 2017).

Como observado pelos autores mencionados a introdução alimentar é fundamental para a formação dos hábitos alimentares saudáveis, por isso, o nutricionista tem uma influência muito grande nessa formação. Após o 6º mês de vida, o AM não supre mais as necessidades fisiológicas do bebê, sendo necessária a introdução da AC, por isso, é importante ofertar por meio dos alimentos, nutrientes que trarão saúde ao bebê, visando, o crescimento e desenvolvimento adequados a cada faixa etária, além de auxiliar na prevenção de doenças que refletirá na vida adulta. Ainda, nesta fase primária, o paladar está em construção, sendo necessária a oferta de alimentos de maneira atrativa e agradável. Sendo assim, este trabalho tem por objetivo informar como deve ser realizada a introdução alimentar, além de mostrar como as propagandas alimentícias divulgadas pelos veículos de comunicação podem influenciar o público infantil. Apresentando também seu impacto, na alimentação infantil e no estado nutricional das crianças.

Metodologia

Este é um trabalho de revisão de literatura, sendo a pesquisa realizada em bases de dados como *National Library of Medicine* (PubMed) e *Scientific Electronic Library Online* (SciELO) e em ferramentas para pesquisa como Google Acadêmico, pois são eficientes e eficazes na busca e recuperação da informação para trabalhos de revisão. Escolheu-se o tema: alimentação no primeiro ano de vida e a influência da mídia nos hábitos alimentares e estado nutricional, sendo o trabalho iniciado em março de 2021, foram utilizados os descritores em saúde: crianças; nutrição; comportamento alimentar; publicidade; e marketing. Foram escolhidos artigos datados de 1990 a 2021. Sendo que as referências mais antigas, estão relacionadas com leis e decretos sobre a publicidade para crianças e adolescentes. Após o levantamento dos dados, discorreu-se sobre o assunto. Primeiramente falou-se sobre a importância do AM, depois sobre a introdução alimentar, estando a mesma interligada com a influência da mídia neste processo, apresentando algumas leis, decretos e resoluções que protegem a criança da divulgação maciça de propagandas e produtos não apropriados para a faixa etária.

Resultados e Discussões

No panorama mundial, muitas mudanças estão acontecendo no padrão alimentar, sendo consideradas um dos maiores problemas de saúde pública atual. O consumo de alimentos saudáveis tem reduzido, ou seja, consumir grãos, produtos integrais, feijões e legumes tem sido uma raridade, por outro lado, existe cada vez mais a inclusão de produtos processados ou ultraprocessados, que são ricos em gordura saturada, sódio e carboidratos refinados. Essa situação afeta diretamente o padrão nutricional da população, refletindo na saúde da criança, favorecendo o aparecimento de distúrbios nutricionais e suas complicações (PALOMBO *et al.*, 2017).

Mesmo sabendo da importância da alimentação e da educação na infância, as crianças de hoje enfrentam um futuro incerto, mesmo com tantas melhorias que aconteceram para a sobrevivência da raça humana. Alterações climáticas, deterioração ecológica, populações migratórias, conflitos, desigualdades generalizadas e práticas comerciais predatórias permanecem afetando a saúde e o futuro das crianças em todos os países. Por isso, são necessários investimentos

precoces em saúde, educação e no desenvolvimento infantil. Países bem-sucedidos geralmente protegem e investem em suas crianças, porém, muitos países ainda não têm essa visão, com isso, muitas delas, ainda passam fome ou vivem em condições de pobreza absoluta, principalmente as pertencentes a grupos sociais marginalizados como populações indígenas e minorias étnicas. Com isso, “*o potencial das crianças com deficiências de desenvolvimento é negligenciado, restringindo suas contribuições para a sociedade*”. Além disso, muitos milhões de crianças crescem marcadas pela guerra ou insegurança, excluídas de receber os serviços mais básicos de saúde, educação e desenvolvimento (CLARK *et al.*, 2020).

Sendo assim, como foi visto pelos autores mencionados neste estudo até o momento, diante da alimentação infantil, é fundamental discutir mais sobre o AM, visto que há uma quantidade significativa de estudos disponíveis na literatura, explicando e defendendo a ideia do AM exclusivo até 6 meses de vida, pois ele é imprescindível para o desenvolvimento do potencial das crianças, aplacando a fome presente em muitas famílias, bem como garantindo a segurança alimentar e educacional para todos, só assim como mencionado por Clark *et al.* (2020) será possível um futuro melhor para as crianças.

É importante ressaltar que a recomendação de introduzir a AC a partir do 6º mês é porque até essa idade a criança não precisa de nenhum outro alimento, além do LM. Outro fator a ser levado em consideração é o desenvolvimento motor da criança, pois com seis meses, o bebê é capaz de sustentar tronco e coluna cervical, conseguindo ficar sentada sem apoio, e os movimentos da língua e mandibular são mais apropriados para a mastigação (MELO *et al.*, 2021).

Deste modo Pinto *et al.* (2020), explicam que o AM exclusivo é a oferta de LM direto da mama ou leite humano de outra forma, excluindo alimentos líquidos ou sólidos, sendo recomendado até o 6º mês, sendo que esta prática, garante benefícios fisiológicos e afetivos para mãe e filho, no qual, crianças que recebem o AM exclusivo possuem um desenvolvimento imunológico superior, reduzindo os riscos de mortalidade infantil. Apesar disso, ainda existem uma quantidade significativa de desmame precoce.

Giugliani (2019) concorda com Pinto *et al.* (2020) considerando AM exclusivo quando a criança recebe somente leite humano, sem adição ou complementação de quaisquer tipos de alimento e tendo sua duração até o 6º mês. Os autores defendem que o crescimento de crianças com AM exclusivo é diferente

das crianças alimentadas com fórmulas infantis. Segundo as novas curvas de crescimento da OMS e as curvas para bebês alimentados com fórmulas, pode haver diferenças na composição corporal e no índice de massa corpórea (IMC) dessas crianças. Além disso, bebês amamentados exclusivamente têm menos de 31% de chance de apresentar sobrepeso e/ou obesidade. Concluindo então que, bebês alimentados com fórmula infantil tendem a ganhar peso e aumentar seu IMC mais rapidamente nos seis primeiros meses de vida quando comparados aos bebês alimentados com LM exclusivo ou predominantemente.

Lopes *et al.* (2018) reforçam que a alimentação adequada é fundamental nos primeiros anos de vida de uma criança, pois é uma fase marcada por rápido crescimento e desenvolvimento, sendo que tanto a quantidade quanto qualidade dos alimentos consumidos poderão repercutir ao longo da vida. Sendo assim o MS aconselha a introdução de alimentos a partir dos seis meses, pois, nesta fase, o LM não atende mais todas as necessidades nutricionais, sendo recomendada a AC para fornecimento de energia e micronutrientes. Em algumas populações esta alimentação ainda é um desafio, onde a oferta de Alimentos Ultraprocessados (AUP) e guloseimas acontece precocemente, e a ingestão de alimentos com grande concentração de açúcares e gorduras também.

Esses dados são confirmados com o estudo de Relvas *et al.* (2019) que teve por objetivo analisar “*a prevalência do consumo de alimentos ultraprocessados entre crianças com menos de um ano e identificar os fatores associados*”. Eles realizaram um estudo transversal, com 198 mães de crianças com idades entre 6 e 12 meses de unidades de atenção primária à saúde na região de Embu das Artes. Eles verificaram os alimentos consumidos nas 24 horas anteriores à entrevista buscando avaliar o consumo de AUP. Realizou-se uma análise de regressão de Poisson de acordo com um modelo estatístico hierárquico para determinar os fatores associados ao consumo de AUP. Sendo assim, eles observaram uma prevalência de 43,1% no consumo de AUP, no qual, crianças que não eram amamentadas apresentaram maior consumo desses alimentos, porém sem diferença estatística. O menor nível de escolaridade materna e o fato da primeira consulta da criança na unidade de saúde acontecer na primeira semana de vida foram fatores associados ao consumo de AUP, concluindo que existe um consumo elevado de AUP entre crianças com menos de 12 meses, sendo que a situação socioeconômica materna e o tempo

da primeira consulta da criança na unidade de saúde foram relacionados à prevalência desse consumo.

Com isso, o MS (BRASIL, 2019) orienta que na introdução alimentar, a criança precisa receber atenção especial, pois é o momento de formação de hábitos alimentares e do paladar, sendo que a família tem um papel muito importante no envolvimento da criança na escolha alimentar e no preparo das refeições, devendo sempre envolver a criança nestes processos. Ressalta-se que no momento da oferta alimentar é preciso realizar modificações na consistência dos alimentos e se basear em refeições variadas, equilibradas e saborosas.

Giesta *et al.* (2019) complementam que após o 6º mês de vida, deve-se iniciar a introdução dos alimentos complementares de forma gradual e diária, devendo ser baseada em alimentos *in natura* (obtidos de plantas e animais) como as frutas, hortaliças, ovos, carnes, tubérculos, grãos e cereais. Ainda discorrem que antes dos dois anos de vida recomenda-se evitar o consumo de AUP, como bebidas carbonatadas, sucos industrializados, salgadinhos, embutidos e doces, pois o consumo destes alimentos pode desencadear quadros de anemia, excesso de peso e alergias alimentares.

Sendo assim, o MS (BRASIL, 2015) elaborou um guia alimentar com os dez passos para a alimentação infantil até os dois anos de idade, informando os profissionais da saúde e os responsáveis pela alimentação da criança sobre a introdução da AC, sendo a mesma recomendada após o 6º mês de vida, devendo ser adequada do ponto de vista energético e nutricional. Ainda reforça sobre a importância do AM exclusivo e que o LM é tudo que a criança precisa neste período, pois “o *bebê que mama no peito cresce, tem mais saúde e adocece menos*”.

Scaglioni *et al.* (2018) complementam que as experiências vividas na infância, explorando vários gostos e sabores tem um papel na promoção de uma alimentação saudável na vida futura.

Com isso, a introdução alimentar deve ser introduzida gradativamente, mantendo se possível a amamentação com LM até os 2 anos de idade ou mais, ela precisa ser composta por grãos (cereais e feijões), carnes, frutas e verduras. Inicialmente, os alimentos complementares ou alimentos de transição, precisam ser oferecidos em forma de papas, três vezes ao dia (3 refeições/dia) e com água filtrada nos intervalos, contribuindo com o aporte de energia, proteína e micronutrientes. Ao completar 7 meses, a consistência dos alimentos continua em papas, porém, com a

ideia de purê. E dos 12 meses em diante, é indicado 3 refeições principais o desjejum, almoço e o jantar e 2 lanches composto por frutas, cereais ou tubérculos, adequando aos alimentos da família (BRASIL, 2015).

Melo *et al.* (2021) reforçam as orientações do MS (BRASIL, 2015) e ainda mencionam que ele recomenda que a introdução alimentar aconteça inicialmente na consistência pastosa, mas com os alimentos amassados com garfo e não peneirados ou batidos no liquidificador e de preferência que sejam oferecidos separados, ao invés de misturados, pois esta prática desenvolve o paladar e olfato, possibilitando novas experiências sensoriais e o aprendizado da mastigação. Eles comentam também sobre o método *Baby Led Weaning* (BLW), que preconiza a oferta dos alimentos em pedaços maiores e dando autonomia para a criança, não sendo utilizados talheres. Segundo eles, este método explora mais o sabor, a textura, a cor e o cheiro de cada alimento, favorecendo o desenvolvimento da coordenação visual e motora.

Lanzillotti e Barros (2021) completam que o acréscimo do óleo vegetal à alimentação da criança pode ser recomendado, com a finalidade de suprir as necessidades de ácidos graxos polinsaturados essenciais, que não são sintetizados no organismo. Reforçam ainda que a introdução da AC deve ocorrer a partir do 6º mês ou até antes, e que os alimentos na forma de papas de frutas e papas salgadas de hortaliças, diminuem a ingestão dos ácidos graxos, porém, o óleo vegetal não pode ser aquecido à altas temperaturas, evitando assim, a hidrólise, oxidação e polimerização.

Um estudo mostra que as refeições em família e as interações sociais no momento das refeições são importantes na vida de uma criança, estando associadas ao status de peso da criança e ao desenvolvimento de seus padrões alimentares; além disso, relações entre frequência de refeições familiares e ingestão de nutrientes, ingestão de alimentos, obesidade, práticas alimentares inadequadas e efeitos psicossociais existem em todas as faixas etárias (SCAGLIONI *et al.*, 2018).

Outro ponto a ser focado na introdução alimentar é a utilização de colheres ou copos, respeitando a fome da criança sem ter muita rigidez nos horários, não sendo também aconselhável associar a alimentação com premiações ou castigos. É nesta fase que a criança experimenta novos sabores e texturas de alimentos, desenvolvendo a sensação fisiológica de fome, começando a controlar a ingestão de alimentos. O ideal é que a AC como já foi mencionada, seja iniciada com consistência espessa e pastosa (papas/purês) e aos poucos evolua para a alimentação familiar

com pequenas adequações, não se esquecendo da importância do consumo diário de frutas e hortaliças nas refeições. O MS ressalta que os profissionais da saúde, precisam ter boa comunicação com os pais ou cuidadores, fornecendo informações e sugerindo mudanças, sem desrespeitar crenças, culturas e regiões, e atentando-se as alergias alimentares e condições financeira da família (BRASIL, 2015).

Costa e Rabelo (2018) complementam que uma alimentação adequada durante a infância é muito importante na formação dos hábitos alimentares, pois quando inadequada pode causar problemas no crescimento, transtornos alimentares como anorexia, bulimia, além de poder comprometer o desenvolvimento futuro desta criança. Eles ressaltam ainda que o comportamento alimentar pode ser influenciado por fatores externos como *“família, cultura, estilo de vida dos pais e amigos, valores sociais, conhecimentos de nutrição, além de fatores internos como as características psicológicas, autoestima, desenvolvimento emocional e preferências alimentares”*. Ainda mencionam que a mídia e os canais de comunicação tem grande influência no consumo dos alimentos, podendo determinar preferências alimentares, interferindo na formação dos hábitos alimentares, sendo que as estratégias da mídia utilizadas pelas indústrias alimentícias (oferecer brindes, vincular alimentos a histórias ou personagens) são muito usadas para o público infantil, afetando, de alguma maneira, na construção dos hábitos alimentares infantojuvenis podendo se estender durante toda a vida.

Como visto, a mídia em geral tem influência sobre crianças e adolescentes por isso, em 1989, foi aprovado pela Organização das Nações Unidas, uma Convenção sobre os Direitos das Crianças, que estabelece proteção à infância e à adolescência, na qual, toda criança e adolescente possuem direitos titulares da chamada proteção integral. Este documento foi validado pelo mundo, inclusive pelo Brasil em 1990 (Decreto nº99.710/1990). Além desta, existem outras resoluções, leis e projetos que regulam a publicidade infantil de alimentos e a comercialização de produtos acompanhados de brindes ou brinquedos (BRASIL, 1990).

Rezende *et al.* (2018) citam que devido à fragilidade das crianças, foi publicada em 2014 à Resolução do Conselho Nacional dos Direitos da Criança e do Adolescente (CONANDA), nº163 de 04 de abril de 2014, que considera abusiva a prática do direcionamento de publicidade e de comunicação ao público infantil, com a intenção de convencê-la ao consumo de qualquer produto ou serviço, utilizando-se, dentre outros, os personagens infantis.

O Estudo transversal de Giesta *et al.* (2019) realizado com 300 crianças internadas em um hospital terciário e suas mães, teve por objetivo analisar a associação entre “*fatores maternos e antropométricos e o consumo de alimentos ultraprocessados em crianças de 4 a 24 meses de idade*”. Foi realizada uma entrevista nas primeiras 72 horas de internação, evitando interferência nas respostas sobre a alimentação da criança. Foram investigados fatores maternos como: “*idade, escolaridade, renda, paridade, IMC e orientação sobre alimentação complementar*” e quanto as crianças investigou-se: idade, se estavam ou não em AM, se frequentavam escola infantil, seu IMC/idade, estatura/idade, peso/idade e a introdução de AUP. Como resultado observaram que apenas 21% das crianças não haviam recebido nenhum tipo de AUP, e destas, 56,5% já haviam recebido algum destes alimentos antes dos seis meses. Conclui-se assim, que as práticas alimentares de crianças entre 4 e 24 meses estão inadequadas frente às recomendações atuais da OMS e do MS. Sendo assim, os profissionais de saúde devem estar atentos a estas práticas devendo adequar ações de promoção aos contextos sociodemográficos e culturais da população assistida, a fim de propiciar às mães oportunidades de adquirir conhecimentos e habilidades sobre alimentação infantil. Ressalta-se a importância de capacitação e atualização continuada dos profissionais da saúde sobre o tema, para que possam orientar de forma adequada e continuada as mães e familiares.

Em se tratando da influência da mídia na alimentação infantil, Freitas e Nascimento (2019), afirmam que a publicidade tem um poder indiscutível, no qual, a mídia sempre desenvolveu propagandas, *slogans* e *outdoors*, com o intuito de persuadir as pessoas e induzirem ao consumo de produtos, principalmente os alimentícios. Cada vez mais, a população confia nas informações que lhes são passadas pela mídia, e que acabam se tornando meio de propagação de alimentos industrializados. Como já dito por outros autores, a infância é um período de formação de hábitos alimentares, que repercutirão ao longo da vida, e cabe aos familiares auxiliarem positivamente nesse processo, não deixando que a mídia interfira de forma direta em suas decisões. Mesmo a criança estando em desenvolvimento físico e psicológico, muitas vezes ela está rodeada por produtos altamente calóricos e com baixo valor nutritivo, na família, assim como em revistas, propagandas de TV, filmes, seriados entre outros. Com isso, é perceptível que as publicidades as vejam como potencial consumidores. Os autores citam uma pesquisa sobre o percentual de propagandas, sendo que as propagandas alimentícias veiculadas estão em segundo

lugar (24,37%), perdendo somente para as propagandas de brinquedos (47,05%), resultados estes preocupantes.

Segundo Rezende *et al.* (2018), o marketing é determinante nas escolhas alimentares infantis, principalmente quando envolve personagens. Seu estudo transversal envolveu coleta de dados primários, para avaliar essas escolhas, de alunos do Ensino Fundamental I, de um colégio particular na zona sul de São Paulo, dentre meninos e meninas, na faixa etária de 6 a 9 anos de idade. A amostra foi composta por 44 crianças, e a coleta ocorreu em quatro etapas em dias alternados, sendo que 45,5% das crianças estavam com risco de sobrepeso ou sobrepeso para a idade. Foram escolhidos personagens infantis da TV aberta e fechada, a fim de verificar a sua influência nas escolhas das crianças, tendo como objetivo avaliar a influência desses personagens admiráveis nas escolhas de alimentos saudáveis por parte de crianças. Esperava-se que as crianças relacionassem personagens infantis admiráveis e informações sobre os alimentos, alterando sua escolha para alimentos mais saudáveis em seu lanche escolar. Porém, estatisticamente, isso não ocorreu. Entretanto, esses resultados levam uma reflexão na possibilidade do uso de personagens infantis atrelados a produtos alimentícios que favoreçam mais saúde ao público infantil, objetivando resultados de médio e longo prazo. Concluindo que a publicidade e o marketing utilizados no presente estudo deve ser melhor investigada, com um número maior de amostras e “*com avaliação dos componentes psicológicos que afetam as escolhas infantis*”. Ou seja, é possível que a relação entre alimentos saudáveis e personagens infantis admiráveis possa ser uma interessante ferramenta na promoção de escolhas saudáveis.

Complementando os autores anteriores verifica-se que quanto ao público infantil, as crianças estão tendo contato precocemente e por grandes períodos às mídias por meio dos programas de TV, e isso, está interligado ao consumo de alimentos não saudáveis, levando ao aumento do sobrepeso, obesidade e carências nutricionais. Os autores apontam que nos últimos anos, o ganho de peso na população infantil aumentou significativamente, por consequência de escolhas alimentares inapropriadas, estilo de vida sedentário e falta dos pais durante as refeições, substituindo alimentos *in natura* ou minimamente processados pelos AUP, por serem práticos e garantirem economia de tempo. Contudo, como os pais não possuem disponibilidade de tempo para dar atenção aos filhos, a utilização desenfreada da tecnologia aumenta negativamente, como o uso de TV, computadores, celulares e

tablets, atuando como socializadores e influenciadores nas práticas alimentares (CONDE; STRAUSS, 2021).

Outro estudo aponta que a prevalência obesidade infantil é mundial e vem crescendo nas últimas décadas, caracterizando-se como uma verdadeira epidemia. Com isso, o estudo teve por objetivo analisar o perfil alimentar e nutricional de crianças em idade escolar, relacionando-as a influência que as propagandas e produtos alimentícios vinculados a personagens podem ter nas suas escolhas alimentares. O estudo envolveu 69 escolares, para averiguar o estado nutricional, a partir de questionários, verificando que 59,42% estavam com excesso de peso. Concluindo que, o estado nutricional dos escolares avaliados era de excesso de peso e que a publicidade pode exercer influência na alimentação dos escolares, tanto pela mídia quanto na apresentação do produto, com personagens, brindes e brinquedos. Sendo sugerido uma maior atenção dos pais e dos profissionais de saúde na educação alimentar e no estilo de vida das crianças, devendo se atentar a realidade que nos permeia diariamente, dentro de nossas casas (OLIVEIRA *et al.*, 2016).

Conde e Strauss (2021), ainda mencionam que as crianças são expostas à mídia cada vez mais cedo, e por mais e mais tempo. O hábito de assistir programas de TV está diretamente relacionado ao consumo de alimentos não saudáveis e ao aumento da obesidade infantil, com já relatado. Esse contato pode levar à ocorrência de várias doenças crônicas não transmissíveis, ou seja, quando a criança é exposta por um grande período às mídias, sem a orientação diária dos pais, pode modular e desvirtuar seu comportamento em relação a escolha e o consumo alimentar. Foi constatado que as crianças que ficam mais de 3 horas diárias frente à TV ou a jogos eletrônicos, tendem a ingerir com maior frequência AUP, além de tornar as crianças sedentárias, com aptidão ao sobrepeso e à obesidade. Observando que as mídias e meios eletrônicos influenciam nas escolhas alimentares infantis bem como em seu estado nutricional.

Com este panorama os autores ainda relatam que as crianças são consideradas vulneráveis perante o poder de persuasão da mídia, principalmente, na tomada de decisões, enquanto o marketing utiliza de estratégias que estimulam o consumo dos mais variados produtos. A publicidade aplicada aos alimentos industrializados tem grande influência nas escolhas infantis, tendo mais efeito nas crianças com maior peso. Esta exposição à mídia leva ao desenvolvimento de obesidade, más escolhas alimentares e ao sedentarismo. O consumo de *fast food* por

crianças também está relacionado ao acesso às mídias digitais, e pela falta de controle dos pais sobre a alimentação de seus filhos. O público infantil acaba optando por alimentos divulgados por personagens, e que muitas vezes não são saudáveis, ricos em açúcares, sódio e gorduras. Eles mostram que a obesidade aumentou 32,4% e a hipertensão 33,3% devido ao aumento da ingestão de alimentos industrializados, bem como a exposição a mídia. E cerca de 44% das crianças estão com excesso de peso e 24,3% com excesso de gordura abdominal (CONDE; STRAUSS, 2021).

Como visto as escolhas alimentares infantis podem ser influenciadas por determinantes de ordem individual ou coletiva, como aspectos subjetivos, fatores econômicos, sociais e culturais, bem como a publicidade e o marketing. Segundo a OMS, a obesidade infantil está se tornando um dos maiores desafios da saúde pública do século XXI, onde em 2015 o número de sobrepeso e obesidade em crianças era cerca de 42 milhões, podendo assim, alcançar globalmente 75 milhões, em 2025 (REZENDE *et al.*, 2018)

Com o cenário anterior, percebe-se que a mídia e seus meios eletrônicos interferem nas escolhas alimentares infantis. Visto que, longos períodos a essas tecnologias, podem modular e alterar seu comportamento diante as escolhas e consumo alimentar. Esta exposição possibilita o aparecimento de sobrepeso e obesidade, no qual, as propagandas veiculam alimentos ricos em açúcar, sal e pobres em nutrientes (CONDE; STRAUSS, 2021). Reforçando Oliveira *et al.* (2016) dizem que o estado nutricional relativo ao excesso de peso é prevalente devido a influência exercida pela publicidade na alimentação, com exposição de produtos dotados de personagens, brindes ou brinquedos.

Sendo assim, é importante enfatizar a necessidade da intervenção do Estado nesse tipo de publicidade, com normas, legislações, políticas públicas e programas, que atuem na proteção do direito da criança à uma alimentação de qualidade que proporcione saúde e bem-estar infantil, e garanta segurança alimentar e nutricional (CONDE; STRAUSS, 2021). Simultaneamente, a atuação do nutricionista deverá se basear em educação nutricional, conscientização da população e desmistificação dos anúncios e propagandas alimentícias, visando a promoção de alimentos nutritivos, para garantir o desenvolvimento e o crescimento adequado de crianças, evitando problemas de saúde na fase adulta (COSTA; RABELO, 2018). Também se faz necessária a atenção dos pais e profissionais de saúde quanto a

educação alimentar e estilo de vida de suas crianças, devendo estar atentos a realidade que nos transpassa diariamente, dentro dos lares (OLIVEIRA *et al.*, 2016).

Considerações Finais

Mediante o exposto, conclui-se que, a mídia tem um poder muito forte de influência sobre as pessoas, interferindo nas escolhas e hábitos alimentares. E as crianças são o público mais vulnerável, principalmente aquelas em fase de formação. Portanto, enfatiza-se a necessidade de um trabalho de educação nutricional, com os pais e profissionais da saúde, principalmente o nutricionista, para melhorar esse cenário atual e minimizar os efeitos indesejáveis das publicidades e propagandas sobre o estado nutricional e seus hábitos. Abordando ainda, a promoção de alimentos saudáveis, desenvolvimento e crescimento adequados da criança, e prevenção de problemas de saúde na vida adulta.

Referências:

BATISTA, C. L. C. *et al.* Associação entre uso de chupeta e uso de mamadeira e comportamentos desfavoráveis durante a amamentação. **J. Pediatr.** (Rio J.), Porto Alegre, v. 94, n. 6, p. 596-601, dez. 2018. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0021-75572018000600596&lng=en&nrm=iso>. Acesso 16/03/2021.

BRASIL, Decreto nº 99.710, de 21 de novembro de 1990. Promulga a Convenção sobre os Direitos da Criança. **Diário Oficial da União**: Brasília, DF, nov. 1990. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/decreto/1990-1994/d99710.htm> Acesso 20/05/2021.

BRASIL. Ministério da Saúde. Secretaria de Atenção à Saúde. Departamento de Atenção Básica. **Dez passos para uma alimentação saudável: guia alimentar para crianças menores de dois anos**: um guia para o profissional da saúde na atenção básica – 2. ed. 2. reimpr. – Brasília: Ministério da Saúde, 2015. 72 p. Disponível em: <https://bvsms.saude.gov.br/bvs/publicacoes/guia_dez_passos_alimentacao_saudavel_2ed.pdf> Acesso 02/05/2021.

BRASIL. Ministério da Saúde. Secretaria de Atenção Primária à Saúde. Departamento de Promoção da Saúde. **Guia alimentar para crianças brasileiras menores de 2 anos**. Brasília: Ministério da Saúde, 2019. 265 p. Disponível em: <http://189.28.128.100/dab/docs/portaldab/publicacoes/guia_da_crianca_2019.pdf> Acesso 16/03/2021.

CLARK, H. *et al.* A future for the world's children? A WHO–UNICEF–Lancet Commission. **The Lancet**, v. 395, ed. 10224, p. 605–658, 2020. Disponível em: <[https://www.thelancet.com/journals/lancet/article/PIIS0140-6736\(19\)32540-1/fulltext](https://www.thelancet.com/journals/lancet/article/PIIS0140-6736(19)32540-1/fulltext)> Acesso 28/05/2021.

CONDE, S. R.; STRAUSS, J. M. Influência das mídias e eletrônicos no consumo alimentar e no estado nutricional de crianças: revisão integrativa. **RECIMA21 - Revista Científica Multidisciplinar** - ISSN 2675-6218, [S. l.], v. 2, n. 1, p. 219–233, 2021. Disponível em: <<http://www.recima21.com.br/index.php/recima21/article/view/69>> Acesso em: 16/05/2021.

COSTA, D. F. da; RABELO, C. A. C. The influence of media in children's feeding. **Fundação de Ensino e Pesquisa do Sul de Minas**. p. 1-7, 2018, Disponível em: <<http://repositorio.unis.edu.br/handle/prefix/863>> Acesso 10/05/2021.

FREITAS, G. G.; NASCIMENTO, A. de A. D. A Influência da Mídia na Alimentação Infantil. **Convenit Internacional 30** (Convenit Internacional coepta 1) Cemoroc-Feusp / IJI - Univ. do Porto / Colégio Luterano São Paulo, p. 145-154, mai-ago 2019. Disponível em: <<http://www.hottopos.com/convenit30/145-154Giulia.pdf>> Acesso 10/05/2021.

GIESTA, J. M. *et al.* Fatores associados à introdução precoce de alimentos ultraprocessados na alimentação de crianças menores de dois anos. **Ciência & Saúde Coletiva**, v. 24, n. 7, p. 2387-2397. 2019. Disponível em: <<https://doi.org/10.1590/1413-81232018247.24162017>>. Acesso 20/05/2021.

GIUGLIANI, E. R. J. Growth in exclusively breastfed infants. **J Pediatr.** (Rio J). v. 95, n. Suppl, p. S79-S84. 2019, Disponível em: <<https://doi.org/10.1016/j.jpeds.2018.11.007>>. Acesso 20/04/2021.

LANZILLOTTI, H. S.; BARROS, M. E. Evidências do questionário “adoção do óleo vegetal in natura de acréscimo na dieta infantil”: uma revisita. **Inova Saúde**, v. 11, n. 2, p. 94-114, 2021. Disponível em: <<http://periodicos.unesc.net/Inovasaude/article/view/6017>> Acesso 28/05/2021.

LAPIERRE, M. A. *et al.* The effect of advertising on children and adolescents. **PEDIATRICS**, v. 140, n. s2: S152-S156. 2017. Disponível em: <https://pediatrics.aappublications.org/content/140/Supplement_2/S152.long> Acesso 16/03/2021.

LOBO, R. **Comida de bebê. Uma introdução à comida de verdade**. São Paulo: SENAC-Panelinha, 2017. 168 p.

LOPES, W. C. *et al.* Alimentação de crianças nos primeiros dois anos de vida. **Rev. paul. pediatr.**, São Paulo, v. 36, n. 2, p. 164-170, jun. 2018. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0103-05822018000200164&lng=pt&nrm=iso>. Acesso 20/05/2021.

MELO, N. K. L. de *et al.* Aspectos influenciadores da introdução alimentar infantil. **Distúrbios da Comunicação**, v. 33, n. 1, p. 14-24, 2021. Disponível em: <<https://revistas.pucsp.br/dic/article/view/48739>> Acesso 28/05/2021.

OLIVEIRA, T. S; POLL, F. A. A influência da publicidade na alimentação de escolares e sua relação com o excesso de peso. **Revista Cippus**, v. 6 n. 1. 2016. Disponível em: <<https://revistas.unilasalle.edu.br/index.php/Cippus/article/view/2334>> Acesso 16/09/2021.

OLIVEIRA, M. R. *et al.* Anestesia materna deve atrasar a amamentação? Revisão sistemática da literatura. **Rev. Bras. Anesthesiol.** Campinas, v. 69, n. 2, p. 184-196, abr. 2019. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0034-70942019000200184&lng=en&nrm=iso>. Acesso 20/03/2021.

PALOMBO, C. N. T. *et al.* Difficulties in nutritional counseling and child growth follow-up: from a professional perspective. **Rev Bras Enferm** [Internet]. v.70, n. 5, p. 949-57. 2017 [Thematic Edition “Good practices and fundamentals of Nursing work in the construction of a democratic society”] Disponível em: DOI: <<http://dx.doi.org/10.1590/0034-7167-2016-0527>> Acesso 01/09/2021.

PINTO, K. C. L. R. *et al.* Prevalence of early weaning and its main causes. **Braz. J. Hea. Rev.**, Curitiba, v. 3, n. 1, p. 717-728 jan./feb. 2020. Disponível em: <<https://www.brazilianjournals.com/index.php/BJHR/article/view/6597>> Acesso 20/04/2021.

RELVAS, G. R. *et al.* Ultra-processed food consumption among infants in primary health care in a city of the metropolitan region of São Paulo, **Brazil. J Pediatr** (Rio J). v. 95, p. 584-92, 2019. Disponível em: <<https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0021755717312366?via%3Dihub>> Acesso 01/09/2021.

REZENDE, H. P. *et al.* Food choices in childhood: can cartoon characters interfere in this decision? **Nutrição Brasil**, v. 17 n. 1. 2018. Disponível em: <<https://portalatlanticaeditora.com.br/index.php/nutricaoBrasil/article/view/1032>> Acesso 16/09/2021.

ROMEIRO, M. C. *et al.* Influência de publicidades no comportamento do consumidor infantil. **ReFAE – Revista da Faculdade de Administração e Economia**, v. 7, n. 1, p. 120-146, 2016. Disponível em: <<https://www.metodista.br/revistas/revistas-metodista/index.php/ReFAE/article/view/5981/5128>> Acesso 01/04/2021.

SCAGLIONI, S. *et al.* Factors Influencing Children's Eating Behaviours. **Nutrients**. v. 31, n. 10, p. 706, 2018. Disponível em: <<https://www.mdpi.com/2072-6643/10/6/706>> Acesso 16/03/2021.

SILVA, G. A. P. *et al.* Alimentação infantil: além dos aspectos nutricionais. **J. Pediat.** Porto Alegre, v. 92, n. 3, supl. 1, p. 2-7, jun. 2016. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0021-75572016000400002&lng=en&nrm=iso>. Acesso 20/03/2021.

UFRJ. Universidade Federal do Rio de Janeiro. **Estudo Nacional de Alimentação e Nutrição Infantil – ENANI-2019: Resultados preliminares – Indicadores de aleitamento materno no Brasil**. UFRJ: Rio de Janeiro, 2020. 9 p. Disponível em: <<https://enani.nutricao.ufrj.br/index.php/relatorios/>> Acesso 23/04/2021.