

**CENTRO PAULA SOUZA
ETEC CORONEL FERNANDO FEBELIANO DA COSTA
TÉCNICO EM NUTRIÇÃO E DIETÉTICA**

**A INFLUÊNCIA DA MÍDIA NA ALIMENTAÇÃO DE CRIANÇAS DE 06 A 10
ANOS**

Jádina Romero de Campos
Karen Lopes Cordeiro
Rafaele Elisa da Cruz
Sabrina Giacomelli Lages

Prof.^a Orientadora: Neila Camargo de Moura

RESUMO

O presente trabalho teve como objetivo analisar o impacto provocado pela mídia na alimentação de crianças entre 06 a 10 anos, além de sugerir estratégias para incentivar hábitos saudáveis e prevenir a obesidade infantil. Para obter maiores informações sobre o tema foram realizadas entrevistas com mães, uma psicóloga e uma nutricionista especializada no nicho materno-infantil. Os produtos elaborados foram um vídeo educativo em formato de animação e um jogo de tabuleiro para crianças, com o propósito de conscientizá-las sobre os perigos dos comerciais e das publicidades alimentícias. Foi possível concluir que a mídia exerce grande influência nas decisões alimentares dessa faixa etária, assim como a falta de orientação adequada sobre alimentação saudável em casa e na escola, e que os materiais produzidos colaboraram para o aprendizado das crianças.

PALAVRAS-CHAVE: Mídia; Crianças; Alimentação; Influência; Educativo.

1. INTRODUÇÃO

Para o bom funcionamento do organismo na infância, é essencial uma alimentação balanceada, incluindo verduras, legumes, frutas, vitaminas, carboidratos e fibras alimentares. No entanto, a quantidade de produtos destinados às crianças com apelo infantil exagerado é muito grande, tornando-se uma estratégia da mídia para aumentar os lucros com esse público (CARVALHO; TAMASIA, 2016).

Os meios de comunicação têm o poder de moldar hábitos. Uma pesquisa do Comitê Gestor da Internet apontou que 93% das crianças entre nove anos e a adolescência, utilizam a internet. Com base nesses dados, a indústria alimentícia vem adotando estratégias de marketing voltadas para o público infantil, como exibir anúncios na televisão, principalmente entre oito horas da manhã e meio-dia, período em que as crianças estão mais propensas a assistir essa programação. Outra estratégia utilizada pelas agências envolve o design das embalagens, onde os empresários investem significativamente em ilustrações coloridas e efeitos psicológicos, com o objetivo de estimular o apetite, criar uma sensação de prazer e leveza (BASTOS; BANDEIRA; COSTA, 2023)

Diante desse cenário, o fortalecimento das ações realizadas pelos profissionais de saúde, que são cuidadores e influenciadores diretos das práticas alimentares, junto com a atuação governamental, por meio da implementação de políticas de saúde pública, são fundamentais para a melhoria dos hábitos alimentares das crianças. Essas práticas são necessárias para se controlar o aumento da obesidade e suas consequências (TIGRE et al., 2021).

O Trabalho de Conclusão de Curso "A influência da mídia na alimentação de crianças de 6 a 10 anos" teve o papel de colaborar na formação de hábitos alimentares saudáveis nesse grupo em questão. Investigar essa relação pode explicar como a publicidade, redes sociais e comerciais de TV impactam as escolhas alimentares de crianças nessa faixa etária, principalmente porque estão em fase de formação e são incapazes de processar imagens fornecidas pela mídia. Além disso, este estudo pode incentivar estratégias para promover uma alimentação saudável, o que contribui para a prevenção de problemas relacionados à má alimentação, como a obesidade infantil.

O trabalho teve como objetivo promover uma alimentação saudável e balanceada sem terrorismo nutricional, de forma que a criança pudesse desenvolver seu senso crítico e fazer suas próprias escolhas alimentares de forma consciente. Essa iniciativa incluiu a

realização de entrevistas com mães, nutricionista e psicóloga para se compreender os hábitos alimentares dessa faixa etária. Além disso, foi desenvolvido um vídeo educativo em formato de animação e um jogo de tabuleiro, para que as crianças compreendessem como a mídia pode afetar suas escolhas alimentares, facilitando a adoção de escolhas mais saudáveis.

A revisão de literatura deste trabalho foi feita por meio de pesquisa em artigos científicos, monografias, dissertações e teses acessadas em bases de dados virtuais, tais como *Scielo*, *Google acadêmico* e *Lilacs*. Foram utilizadas as palavras chaves: Mídia, Alimentação Infantil, Comportamento Alimentar.

Foi realizada entrevista com uma nutricionista, com uma psicóloga e com três mães com o objetivo de se compreender como a mídia pode influenciar a formação dos hábitos alimentares das crianças. A entrevista com os profissionais de saúde ocorreu pelo *Instagram direct* (chat de mensagens). As perguntas foram enviadas e respondidas por meio de textos. O diálogo com as mães foi realizado presencialmente e por *Whatsapp*. As profissionais entrevistadas foram a nutricionista Vitoria Comitre, formada pelo Centro Universitário São Camilo, em 2023, com atuação na área de nutrição materno-infantil. A psicóloga Luiza Graziela Santos Dias formou-se pelo Centro Universitário Ingá, em 2017. É pós-graduada em psicoterapia em intervenção de crises e suicídio pela faculdade União Brasileira de Faculdades, em 2021, e atua na área como psicóloga infanto-juvenil. As três mães entrevistadas foram Eldimarcia Lopes Cordeiro, 40 anos, ensino médio completo, corretora de imóveis e com um filho de 7 anos. Elzanir Lopes Dutra, 36 anos, ensino fundamental completo, atendente, e com um filho de 9 anos, e Karina Cordeiro Silva Santana, 28 anos, técnica em enfermagem e com um filho de 8 anos. O formulário com as perguntas está no Anexo 1.

Para conscientizar as crianças sobre os perigos da mídia em relação à alimentação e também ensiná-las a fazerem escolhas alimentares mais saudáveis, foi elaborado um vídeo educativo, em formato de animação produzido por meio do site *Animaker* e editado no aplicativo *CapCut*. Durante a animação, foi abordado como fazer escolhas saudáveis e conscientes e a entender a importância da moderação. O vídeo contém uma linguagem informal para uma melhor compreensão do público-alvo. Foi exibido para 5 crianças na faixa etária de 06 a 10 anos e, em seguida, foi aplicado um jogo de tabuleiro para que elas colocassem em prática os conhecimentos adquiridos.

O jogo de tabuleiro, intitulado "MEU LANCHINHO", foi desenvolvido por meio da ferramenta de design gráfico *Canva*, com posterior impressão. Foi projetado para ser

de fácil jogabilidade, e também oferecer desafios significativos para promover a aprendizagem e o pensamento crítico das crianças.

O jogo abordou temas relacionados à alimentação e à publicidade, como comerciais de TV e anúncios em aplicativos. Durante a partida, os jogadores tiveram que fazer escolhas alimentares conscientes e enfrentar desafios relacionados à propaganda enganosa, avançando ou voltando casas com base em suas decisões. A discussão e a reflexão sobre hábitos alimentares saudáveis foram estimuladas, proporcionando uma experiência educativa e divertida.

2. DESENVOLVIMENTO

2.1 REVISÃO DE LITERATURA

2.1.1 A IMPORTÂNCIA DA ALIMENTAÇÃO SAUDÁVEL

A alimentação infantil é algo muito importante para uma boa saúde. Uma alimentação adequada garante à criança um desenvolvimento saudável, livre de problemas relacionados ao desenvolvimento físico, mental, social e escolar (ALVES; BANDEIRA, 2024).

A alimentação balanceada deve ser estimulada desde a infância já que é um período de criação de hábitos e de desenvolvimento cognitivo, motor e afetivo de uma criança (ALVES; CUNHA, 2020).

Alguns cuidados com a saúde como a alimentação adequada e exercícios físicos são importantes em qualquer fase da vida, porém muitas crianças sofrem com problemas como a desnutrição e a obesidade pelo descuido da alimentação, por conta do consumo de alimentos ultraprocessados (NASCIMENTO; SILVA; SANTOS, 2022).

2.1.2 EFEITOS DO MARKETING E DA PUBLICIDADE ALIMENTAR

Marketing é o processo que as empresas utilizam para incentivar o consumo de seus produtos, englobando o planejamento, a concepção, a definição de preços, a promoção e a distribuição de bens, serviços e ideias. Já a publicidade é a ferramenta que o marketing emprega para impulsionar a venda de seus produtos, funcionando como um meio de comunicação com o propósito de promover a comercialização (CECCATTO et al., 2018).

Na sociedade atual, crianças estão inevitavelmente expostas a uma ampla variedade de meios publicitários intensos. Isso também se observa no caso dos alimentos, uma vez

que propagandas de produtos com alta densidade calórica estão fortemente inseridas na programação destinada a esse público (SANTOS et al., 2021).

A publicidade televisiva é uma das estratégias mais comuns de marketing de alimentos. No Brasil, como em outros lugares, a maioria dos comerciais voltados para crianças na TV aberta promove alimentos com alto teor de açúcar, gordura e sal. Um estudo das propagandas das três principais emissoras de TV brasileiras, que tinham 90% da audiência em 2001, descobriu que 44% dos comerciais de alimentos direcionados às crianças eram de produtos ricos em açúcar e gordura (MOURA, 2010).

A mídia está presente não apenas na televisão, mas também online, em outdoors e nos estabelecimentos comerciais. Isso tem levado a um aumento significativo no consumo de alimentos pouco saudáveis pelas crianças, o que afeta negativamente sua nutrição. Portanto, existe uma clara ligação entre essa influência e as altas taxas de obesidade infantil. E, dentre as diversas estratégias de marketing que a mídia emprega para captar a atenção das crianças e estimular-lhes o desejo de compra, a principal tem sido o uso de personagens de desenhos animados associados aos alimentos (PIRES, 2021).

Por isso, muitas empresas incluem brindes na venda de alimentos, fazendo o produto parecer um presente, o que atrai a atenção da criança não pela fome, mas pela expectativa de ganhar um brinquedo. Isso leva a criança a associar comida a recompensas, já que há incentivos como prêmios, brindes, descontos, jogos, receitas, mascotes, além da estratégia de se colecionar produtos para aumentar a fidelidade (SILVA, 2022).

2.1.3 USO DE TELAS DURANTE AS REFEIÇÕES

Um importante fator que pode alterar o comportamento alimentar infantil é a exposição às telas, seja de celulares, tablets, computadores ou televisores. Pesquisas indicam aumento do tempo de tela, que é entendido como o tempo total pelo qual a criança permanece exposta a todas as telas. Quando ocorre a utilização desses aparelhos durante as refeições, existe maior probabilidade de influência pelos anúncios, visto que há limitações que impedem a compreensão das propagandas e pensamento crítico nessa fase (GODOY, 2022).

O uso excessivo de tecnologias interfere na saúde infantil e é frequentemente associada à má formação dos hábitos alimentares e ao aumento das doenças crônicas não transmissíveis na infância. Nesse contexto, existe uma dualidade entre o uso elevado da mídia como distração e entretenimento e a influência do mercado empresarial sobre esse

público. A publicidade interfere na conscientização e adequação do estado nutricional, modulando o comportamento alimentar e promovendo um ambiente propício à obesidade (VELOSO; ALMEIDA, 2022).

2.1.4 A IMPORTÂNCIA DA ESCOLA NA EDUCAÇÃO ALIMENTAR

A educação nutricional no ambiente escolar é fundamental para a conscientização da saúde e do desenvolvimento sustentável, especialmente considerando-se o aumento de problemas decorrentes da alimentação inadequada entre crianças e adolescentes. E, como os alunos têm cada vez mais acesso às mídias e sendo influenciados por ela, palestras e oficinas no ambiente escolar podem contribuir para que eles possam adquirir um maior conhecimento, principalmente sobre hábitos alimentares saudáveis (LUCENA; MEDEIROS; FERREIRA, 2019).

O ambiente escolar exerce influência na formação da personalidade e no perfil alimentar dos alunos. Durante essa fase de desenvolvimento, a criança tem a oportunidade de ingressar no ambiente escolar, no qual experimentará novos alimentos e, assim, por conta das influências do meio social e da escola, poderá ocorrer mudanças nos seus hábitos alimentares. Para isso, devem ser realizadas ações educativas que estimulem a participação e o interesse dos alunos sobre estilos alimentares mais saudáveis, principalmente pelos professores. Já os pais possuem um papel fundamental nessa etapa de aprendizado e, por isso, devem procurar reforçar os conhecimentos adquiridos na escola, de modo a orientar os filhos sobre uma boa alimentação (PEREIRA; NUNES; MOREIRA, 2020).

A educação alimentar e nutricional nas escolas é um instrumento importante para a promoção da saúde e combate à obesidade. Além disso, é de extrema importância a necessidade de se ter um nutricionista atuando nas instituições de ensino, atualizando e proporcionando um cardápio que atenda a todas as necessidades nutricionais dos alunos. No entanto, é difícil de se concretizar essa implementação, já que há a falta de recursos financeiros e também a carência de profissionais especializados na área de alimentação escolar, na administração e no apoio governamental (SANCHES; GREGGIO, 2022).

2.2 RESULTADOS E DISCUSSÃO

2.2.1. Entrevistas realizadas com mães, nutricionista e psicóloga

2.2.1.1 Mães

Entre as três mães entrevistadas, uma relatou que possui um filho de 8 anos, portador do Transtorno do Espectro Autista.

A opinião delas sobre a influência da mídia na formação dos hábitos alimentares foi que nós todos somos estimulados pela mídia e que as crianças sempre irão querer reproduzir tudo o que veem, inclusive na alimentação.

Referente a forma como as mães abordam a questão da publicidade de alimentos com os seus filhos, as 3 relataram que sempre conversam com os mesmos sobre a importância de incluir alimentos saudáveis na alimentação, como frutas e vegetais, e evitar alimentos industrializados como hambúrguer e pizza.

Outro questionamento levantado foi quanto a frequência de consumo de alimentos não saudáveis. A primeira mãe não soube responder, já a segunda falou que deixa seu filho consumir alimentos não saudáveis apenas nos finais de semana, entretanto, a terceira mãe respondeu que o seu filho come diariamente alimentos considerados nada saudáveis. Perguntou-se também se as mães proibiam o consumo de algum tipo de alimento e as 3 responderam que não proibem o consumo de nenhum tipo de alimento.

Em relação ao tempo de tela (TV, celular, etc), duas mães não souberam responder, porém, a terceira entrevistada relatou que seu filho fica em torno de 3 horas todos os dias em frente a esses equipamentos eletrônicos. Ademais, foi perguntado se seus filhos se alimentavam em frente aos aparelhos tecnológicos e todas disseram que seus filhos passam um bom tempo se alimentando em frente à TV, celular, Tablet e etc.

2.2.1.2 Nutricionista

De acordo com a nutricionista Vitória Comitre, ao ser questionada sobre como os programas de televisão e filmes podem influenciar nas escolhas alimentares das crianças, ela destacou que esses meios de comunicação exercem grande influência sobre as crianças, que por não possuírem um filtro claro do que é verdadeiro ou não, podem adotar hábitos alimentares inadequados com base no que assistem. Ela relatou que, com frequência, desenhos animados e filmes mostram personagens consumindo alimentos ultra processados que as crianças desconhecem, o que acaba despertando curiosidade e

fazendo assim com que elas comecem a pedir para os pais comprarem, imitando o que os personagens fazem ou dizem. Nas animações, os momentos que envolvem comida são sempre mostrados como ocasiões alegres entre amigos e familiares, o que pode fazer com que as crianças associem felicidade a certos alimentos.

Para investigar o impacto das figuras públicas na alimentação infantil, foi indagado a nutricionista sobre como a exposição às celebridades e influenciadores promovendo determinados alimentos pode afetar nas escolhas alimentares das crianças. A entrevistada respondeu que, normalmente, qualquer produto ou alimento que essas pessoas consomem e mostram nas redes sociais, despertam interesse e desejo nas crianças, o que compromete na alimentação.

Ao ser questionada sobre o aumento do número de casos de crianças com problemas na alimentação devido ao maior acesso às tecnologias, a profissional afirmou que os números realmente subiram, principalmente porque é comum que os pequenos façam suas refeições em frente ao tablet ou televisão, muitas vezes nem vendo o que estão consumindo, o que conseqüentemente leva a perda dos sinais de fome e saciedade.

Foi questionado também sobre como equilibrar lanches saudáveis com as guloseimas, ocasionalmente, na alimentação dos pequenos. Vitória respondeu que o consumo de alimentos in natura e minimamente processados deve ser priorizado, então, se na maior parte do tempo a criança consumir refeições saudáveis, como frutas e legumes, incluir guloseimas pontualmente não será um problema. Ela reforçou que tudo em excesso não é benéfico e pode gerar alteração no paladar da criança, sendo assim, é crucial que exista um equilíbrio alimentar entre os alimentos saudáveis e os industrializados.

Ainda de acordo com a nutricionista, ao ser perguntada sobre como ensinar as crianças a terem uma alimentação positiva e não restritiva, a profissional diz que o ideal é mostrar como o consumo de frutas, verduras, legumes e outros alimentos minimamente processados trazem benefícios para a vida delas, como por exemplo, terão mais energia para brincar e irão usar o banheiro com mais facilidade. Além disso, ela alegou que as crianças precisam fazer parte do processo de preparação dos alimentos para se familiarizarem com eles. Outra ideia relatada pela entrevistada foi a criação de mini hortas, que promovem a conscientização quanto a sustentabilidade e que aproximam ainda mais as crianças dos alimentos.

2.2.1.3 Psicóloga

A psicóloga Luiza Graziela foi questionada sobre os efeitos da exposição às propagandas de alimentos no desenvolvimento mental das crianças, e de acordo com ela, as propagandas tem a função de gerar desejo, e nós seres humanos somos dotados de desejos e que isso não será diferente para as crianças. Ela acredita que a propaganda não seja o "principal" problema, relatou que as crianças com a instrução adequada podem sim entender que determinados alimentos não são bons para elas. Ainda segundo ela, o problema não é a exposição, mas sim a falta de informação adequada para a proteção diante a exposição, uma criança que cresce em um lar onde os seus familiares se alimentam bem, pouca será a influência da mídia sobre as suas escolhas.

Foi indagada também sobre quais recomendações ela daria aos pais e educadores para lidarem com a influência da mídia na alimentação de crianças de 6 a 10 anos, a psicóloga destacou que a família precisa ter consciência dos alimentos que irão oferecer à criança, pois nada adianta tentar ofertar à criança uma alimentação rica em nutrientes se a dos responsáveis não for saudável também, pois conforme a criança for crescendo ela tenderá a copiar os comportamentos. Já para os educadores, a sugestão de Luiza é que oportunizem conhecimento sobre alimentação saudável nas aulas e parar de comercializar nas cantinas os produtos que são prejudiciais à saúde.

Ao ser questionada sobre o aumento do acesso infantil às tecnologias e como esse fenômeno poderia afetar a visão da criança em relação ao seu corpo e sua autoestima, Luiza disse que a mídia muitas vezes irá trazer um determinado "padrão de beleza" e isso pode provocar um mal estar quanto ao próprio corpo da criança. Além disso, as crianças fazem uso exacerbado das tecnologias sem qualquer supervisão e ainda com um agravante, o fato dos próprios adultos se perderem no uso das tecnologias com "olhos grudados nas telas" e pouco ou nenhuma atenção para as crianças.

2.2.2. Produção do vídeo e do jogo de tabuleiro

2.2.2.1 Vídeo Educativo

Para a elaboração do vídeo em formato de animação intitulado "Tina e os Superalimentos: A batalha contra a Mídia Malvada", primeiramente, foi decidido o nome dos personagens que fariam parte da animação. Os Superalimentos foram nomeados com nomes de hortaliça e fruta: Brócolis Grandão, Cenoura Visão, Maçã Crocante e o vilão

como mídia.

Em seguida, foi escrito um roteiro contendo as falas dos personagens e as descrições dos acontecimentos, priorizando uma linguagem informal e de fácil compreensão para as crianças.

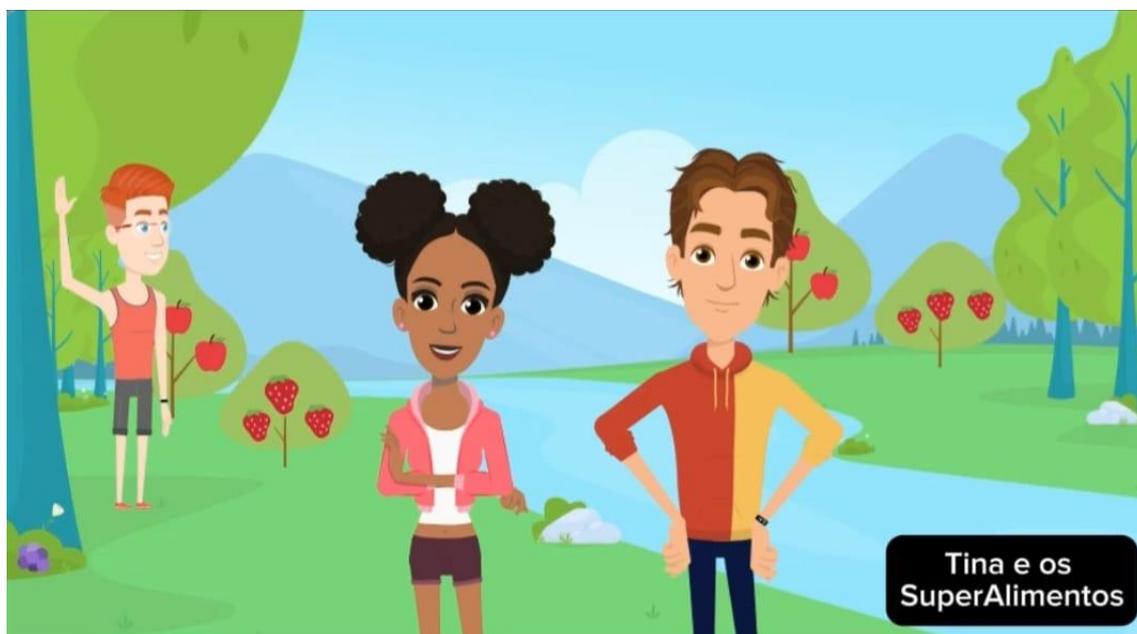
Para criar as vozes dos personagens foi utilizado o Microsoft *ClipChamp*, um editor de vídeo que permite combinar vídeos, imagens e arquivos de áudio, bem como adicionar textos e efeitos.

O vídeo foi criado no *Animaker*, uma plataforma que faz uso de tecnologia de inteligência artificial para criar vídeos de animação. Nessa plataforma foram montados os cenários, criado os personagens e as cenas da animação contendo diálogos importantes para conscientizar as crianças quanto a influência da mídia na alimentação.

Por último, foi utilizado o aplicativo de celular *CapCut* para finalizar as edições, colocar legendas e música de fundo.

O vídeo tem duração de 2 minutos e 55 segundos e todo esse processo levou cerca de 8 horas para ser realizado. A figura 1 representa a tela inicial da animação.

Figura 1: Animação - "Tina e os Superalimentos: A batalha contra a Mídia Malvada"



2.2.2.2 Jogo de tabuleiro

O jogo de tabuleiro *Meu Lanchinho* foi pensado para crianças entre 6 a 10 anos, que costumam passar muito tempo em frente às telas. Após pesquisas com as mães, foi possível notar que seus filhos eram fortemente influenciados pelas redes sociais, por conta disso, criou-se um jogo de tabuleiro com o intuito de entreter as crianças fora das tecnologias e trazer novas influências saudáveis.

O modelo do jogo foi montado no *Canva*, uma ferramenta online de criação de design. O tabuleiro é composto por 45 casas, sendo que em 18 delas é necessário comprar uma carta para avançar. As cartas do jogo foram pensadas com perguntas e desafios que envolvessem a alimentação e todas as influências que as crianças sofrem nas redes. Teve o objetivo de incentivar o pensamento crítico e permitir que as mesmas pudessem ser capazes de realizar escolhas alimentares mais saudáveis.

As cartas e o tabuleiro foram impressos e plastificados. Os pinos do jogo, utilizados para as crianças andarem as casas, foram feitos com tampa de garrafa pet. A figura 2 representa o tabuleiro.

Figura 2: Tabuleiro *Meu Lanchinho* e as cartas do jogo





2.2.3. Observação das reações das crianças

Duas crianças assistiram à animação antes de iniciar o jogo, elas levantaram questionamentos sobre o local em que a história se passa, a Nutrilândia, e também sobre a escolha dos heróis, os SuperAlimentos. Uma delas comentou que costuma comer apenas doces e se identificou com esse hábito ruim.

Após a exibição do vídeo, começaram a jogar e participaram ativamente de todos os comandos das cartas, respondendo às perguntas, realizando os desafios, e, inclusive, tiveram a iniciativa de ler as descrições.

O vídeo e o jogo foram apresentados em um parque, local onde havia outras crianças e muitos brinquedos, o que acabou distraíndo-as e gerando um pouco menos de interesse.

Em um segundo momento, a animação e jogo foram apresentados em casa, em um ambiente com menos estímulos externos, e as crianças demonstraram muito mais interesse e envolvimento. Fizeram perguntas sobre como o jogo foi criado e se empenharam em identificar frutas desconhecidas nas cartas.

A escolha da duração do jogo também foi importante, pois, por não se cansarem rapidamente, elas quiseram jogar várias vezes. A figura 3 mostra o momento da exibição da animação e a aplicação do jogo de tabuleiro.

Figura 3: Exibição da animação e aplicação do jogo de tabuleiro.



Fonte: Acervo pessoal

3. CONSIDERAÇÕES FINAIS

As entrevistas realizadas com as mães, a psicóloga e a nutricionista revelaram que a mídia e as redes sociais têm grande impacto nas escolhas alimentares das crianças. As mães, que acompanham o dia-a-dia das crianças, afirmaram que seus filhos têm o hábito de se alimentarem sempre assistindo a televisão, e que apesar de conversarem com os pequenos sobre alimentação saudável, não proíbem o consumo de alimentos industrializados.

A nutricionista ressaltou que o consumo de alimentos ultra processados é incentivado pela representação positiva desses produtos em filmes, comerciais e desenhos animados. As celebridades e influenciadores também despertam a curiosidade no público infantil ao divulgarem determinados alimentos na mídia. A profissional destacou a importância de equilibrar refeições saudáveis com guloseimas, com foco sempre em alimentos in natura, e também sugeriu envolver as crianças no preparo das refeições para que elas criem bons hábitos alimentares.

Além disso, a psicóloga apontou que o problema não é apenas a exposição à mídia, mas a falta de orientação adequada. Crianças que vivem em lares onde os familiares se alimentam bem, conseqüentemente, serão menos influenciadas por propagandas de

alimentos. Ela destacou a importância dos pais darem bons exemplos aos filhos e sugeriu que os educadores promovam uma alimentação saudável nas escolas e limitem o acesso a alimentos ultra processados nas cantinas. Ademais, chamou a atenção para o impacto das tecnologias na autoestima das crianças, devido aos “padrões de beleza” determinados pelas redes sociais.

As crianças reagiram de maneira distinta ao vídeo e ao jogo, dependendo do local. No parque, ficaram mais distraídas e apesar de assistirem e jogarem, demonstraram menos interesse. Em casa, com menos distrações, elas se engajaram mais, participaram e ficaram curiosas sobre o conteúdo do trabalho.

Em relação ao vídeo, elas questionaram sobre a escolha dos personagens principais e também sobre o cenário escolhido.

Ademais, se identificaram com alguns dos hábitos mencionados nas cartas do jogo, e demonstraram interesse em saber quais eram as frutas desenhadas nas cartas. O tempo curto de duração do jogo foi adequado, pois não as cansou, e elas quiseram jogar repetidas vezes.

Portanto, a animação e o tabuleiro mostraram ser estratégias eficientes para a educação nutricional de crianças entre 6 a 10 anos.

REFERÊNCIAS

ALVES, Gabriela Manhães; CUNHA, Teresa Claudina de Oliveira. A importância da alimentação saudável para o desenvolvimento humano. **Perspectivas Online: Humanas & Sociais Aplicadas**, v.10, n.27, p.46-62, 2020. Disponível em: https://ojs3.perspectivasonline.com.br/humanas_sociais_e_aplicadas/article/view/1966.

Acesso em 11 jun. 2024.

ALVES, Stefany Thays Correia; BANDEIRA, Dina Carla da Costa. **Nutrição Escolar: Influência da alimentação no processo de ensino e aprendizagem de crianças e adolescentes em escolas públicas do Brasil.** Disponível em: <https://repositorio.ifgoiano.edu.br/bitstream/prefix/3277/1/Artigo-Stefany.pdf>.

Acesso em: 11 jun. 2024.

BASTOS, Simone; BANDEIRA, Derick; COSTA, Camila. Influência das mídias e das crianças na decisão de compra de alimentos industrializados ligados a personagens infantis. **Revista De Comunicação Dialógica**, Rio de Janeiro, v. 5, n 10, 2023. Disponível em: <https://www.e-publicacoes.uerj.br/rcd/article/view/75251/261>.

Acesso em: 03 jun. 2024.

CARVALHO, Fernanda; TAMASIA, Gislene. A influência da mídia na alimentação infantil. **Revista Unisepe Educacional**, 2016. Disponível em: https://portal.unisepe.com.br/unifia/wp-content/uploads/sites/10001/2018/06/035_influencia_midia_alimentacao_infantil.pdf.

Acesso em 11 jun. 2024.

CECCATO, Daiane et al. A influência da mídia no consumo alimentar infantil: Uma revisão da literatura. **Perspectiva**, Erechim, v. 42, n. 157, 2018. Disponível em: <https://www.uece.br/nutrindowp/wp-content/uploads/sites/82/2021/07/Midia-x-consumo-alimentar-infantil.pdf>.

Acesso em: 11 jun. 2024.

GODOY, Fernanda Libório. **O impacto da exposição as telas no comportamento alimentar infantil de crianças em idade pré-escolar de Bauru/SP e região**. 2022. Trabalho de Conclusão de curso. (Curso de nutrição) - Centro Universitário Sagrado Coração - UNISAGRADO, Bauru, p. 48. 2022. Disponível em <https://repositorio.unisagrado.edu.br/jspui/handle/handle/1064>. Acesso em 11 jun. 2024.

LUCENA, Bruno Pinho de; MEDEIROS, Thayná Kelly Formiga de; FERREIRA, Maria Andréa Amorim. A Importância da Educação Nutricional na Escola. **Revista Congresso Nacional de Educação**. 2019. Disponível em: https://editorarealize.com.br/editora/anais/conedu/2019/TRABALHO_EV127_MD1_SA16_ID12760_23092019223645.pdf. Acesso em: 14 jun. 2024.

MOURA, Neila Camargo de. A Influência da mídia no comportamento alimentar de crianças e adolescentes. **Segurança alimentar e nutricional**, Campinas, v. 17, n. 1, 2010. Disponível em: <https://periodicos.sbu.unicamp.br/ojs/index.php/san/article/view/8634805/2724>. Acesso em: 11 jun. 2024.

NASCIMENTO, Ana Beatriz Soares; SILVA, Flávia Coelho da; SANTOS, Jânio Sousa. Obesidade infantil e má alimentação. *Research, Society and Development*, v. 11, n. 16, 2022. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.33448/rsd-v11i16.37847>. Acesso em 14 jun. 2024.

PEREIRA, Tamires Railane; NUNES, Renato Moreira; MOREIRA, Breno. A Importância da Educação alimentar e Nutricional para alunos de séries iniciais. **Revista Lynx**, Juiz de Fora, v. 1, n. 1, 2020. Disponível em: <https://periodicos.ufjf.br/index.php/lynx/article/download/25591/20619/121642#:~:text= Nesse%20sentido%2C%20a%20escola%20C3%A9,promovendo%20maior%20qualidade%20de%20vida>. Acesso em: 14 jun. 2024.

PIRES, Vanuzia de Souza. **A influência do marketing na alimentação infantil**: Uma revisão integrativa. 2021. Monografia (Bacharelado em Nutrição) - Faculdade Maria Milza, Governador Mangabeira, 57 p. 2021. Disponível em: <http://famamportal.com.br:8082/jspui/handle/123456789/2112>. Acesso em: 11 jun. 2024.

SANCHES, Watalane Santos; GREGGIO, Samuel. Educação Alimentar e Nutricional (EAN) nas escolas: Relevância e limitações. **Revista Científica Multidisciplinar Núcleo do Conhecimento**. v. 02, n. 140-149, 2022. Disponível em: <https://www.nucleodoconhecimento.com.br/nutricao/educacao-alimentar>. Acesso em: 14 jun. 2024.

SANTOS, Bruna Driele dos Santos et al. A influência da mídia nos hábitos alimentares de crianças e adolescentes. **Brazilian Journal of Health Review**, Curitiba, v. 4, n. 6, 2021. Disponível em: <https://ojs.brazilianjournals.com.br/ojs/index.php/BJHR/article/view/39789/pdf>. Acesso em: 11 jun. 2024.

SILVA, Rayssa Xavier. **A influência da publicidade na alimentação infantil**. 2022. Monografia (Bacharel em Nutrição) - Curso de Nutrição, Centro Universitário Atenas, Paracatu, p. 33, 2022. Disponível em: http://www.atenas.edu.br/uniatenas/assets/files/magazines/1/A_INFLU%C3%8ANCIA_DA_PUBLICIDADE_NA_ALIMENTACAO_INFANTIL.pdf. Acesso em: 11 jun. 2024.

TIGRE, Maria et al. A influência da mídia na alimentação infantil no contexto da transição nutricional atual no Brasil. **Revista Saúde dos Vales**, Teófilo Otoni, v. 1, n. 1, 2021. Disponível em: https://www.revistas.unipacto.com.br/storage/publicacoes/2021/626_a_influencia_da_midia_na_alimentacao_infantil_no_contexto_da_transicao.pdf. Acesso em: 03 jun. 2024.

VELOSO, Maria das graças de Andrade; ALMEIDA, Simone Gonçalves de. A influência das mídias eletrônicas na construção dos hábitos alimentares na infância: um panorama do comportamento alimentar infantil na era digital e no contexto familiar. **Revista Research, Society and Developmen, Brasília**, v. 11, n. 09, 2022. Disponível em: <https://rsdjournal.org/index.php/rsd/article/download/31285/26893/358268>. Acesso em: 17 jun. 2024.

ANEXO 1: PERGUNTAS DAS ENTREVISTAS

Para as mães:

Nome da mãe:

Especificar a idade da criança:

1. Você acredita que a mídia pode desempenhar um papel tanto positivo quanto negativo na formação dos hábitos alimentares de seu filho? Justifique sua resposta.
2. Como você aborda a questão da publicidade de alimentos com o seu filho? Você conversa sobre o que é saudável e o que não é saudável?
3. Com que frequência seu filho come alimentos não saudáveis?
4. Você proíbe seu filho de comer algum alimento?
5. Quanto tempo seu filho passa em frente às telas (TV, tablet, celular). Ele se alimenta em frente às telas?

Para a Nutricionista

Nome:

Vivência/ Experiência Profissional:

1. Em sua opinião, como os programas de TV e filmes podem influenciar as escolhas alimentares das crianças?
2. Como o ato de assistir celebridades e influenciadores promovendo determinados alimentos pode afetar as escolhas alimentares das crianças?
3. Nos últimos anos, devido ao maior acesso às tecnologias, você notou aumento no número de casos de crianças com problemas na alimentação?
4. Como equilibrar lanches saudáveis com guloseimas, ocasionalmente?

5. Como ensinar às crianças sobre alimentação saudável de uma forma positiva e não restritiva?

Para a Psicóloga

Nome:

Vivência/ Experiência Profissional:

1. Como a exposição às propagandas de alimentos pode afetar o desenvolvimento mental das crianças?
2. Que recomendações você daria aos pais, educadores e profissionais de saúde de como lidar com a influência da mídia na alimentação de crianças de 06 a 10 anos?
3. Com o aumento do acesso infantil às tecnologias, como esse fenômeno poderia afetar a visão da criança em relação ao seu próprio corpo e a sua autoestima?