

Centro Paula Souza
ETEC Cel. Fernando Febeliano da Costa
Curso Técnico em Nutrição e Dietética

**A INFLUÊNCIA DO MARKETING DOS ULTRAPROCESSADOS NA
ALIMENTAÇÃO INFANTIL**

Ana Beatriz Bonatto Cordeiro¹

Ana Clara Fabri Neves²

Helenna Rafaela Rocha Martins³

Isabelli de Andrade⁴

Jeniffer Gabriela de Brito Souza⁵

Orientadora: Profa. Dra. Gabriela Maria R. N. de Alcantara

Resumo: Este trabalho investiga a influência das embalagens de alimentos ultraprocessados nas escolhas alimentares infantis, buscando entender se essas embalagens impactam a preferência das crianças. A pesquisa foi realizada com oito crianças de 2 a 9 anos e envolveu um jogo em formato de “mercadinho”, onde as crianças puderam fazer a escolha dos alimentos de sua preferência, entre eles ultraprocessados e frutas. Com os dados, foi proposta uma opção alimentar mais saudável salgada e uma doce, considerando os alimentos mais escolhidos pelas crianças durante o jogo. Ainda, para avaliar a influência da embalagem na escolha dos alimentos, foi elaborado a embalagem para os alimentos propostos, buscando utilizar elementos visuais que atraíssem as crianças. Além do jogo, foi aplicado um questionário aos responsáveis para aprofundar a compreensão dos hábitos alimentares das crianças. Ao final, as crianças participaram de uma nova atividade, onde o objetivo era observar o efeito do apelo visual das embalagens na aceitação dos alimentos, nessa atividade as crianças também provaram os produtos propostos como alternativa mais saudável. Ao final, observou-se que a escolha alimentar das crianças são influenciadas por uma série de fatores, mas principalmente pela condição dos hábitos alimentares já adquiridos.

Palavras-chave: alimentos industrializados; hábitos alimentares; infância; embalagem.

Aluna do Curso Técnico em Nutrição e Dietética, na Etec Cel. Fernando Febeliano da Costa – abbcordeiro95@gmail.com

²Aluna do Curso Técnico em Nutrição e Dietética, na Etec Cel. Fernando Febeliano da Costa – Anaclarafabrineves@gmail.com

³Aluna do Curso Técnico em Nutrição e Dietética, na Etec Cel. Fernando Febeliano da Costa – helenarafaela44@gmail.com

⁴Aluna do Curso Técnico em Nutrição e Dietética, na Etec Cel. Fernando Febeliano da Costa – isaandrade134@gmail.com

⁵Aluna do Curso Técnico em Nutrição e Dietética, na Etec Cel. Fernando Febeliano da Costa – Gjeniffer560@gmail.com

1. INTRODUÇÃO

De acordo com Aguiar *et al.* (2022), a alimentação infantil está diretamente envolvida com o marketing dos alimentos, com isso há uma dificuldade em criar hábitos alimentares saudáveis nas crianças. Crianças tendem a se interessar por coisas chamativas, assim deixam de lado muitas vezes os alimentos naturais e saudáveis pelos ultraprocessados que são coloridos, chamativos e com conteúdo infantil, não sendo considerados os malefícios desses alimentos para a saúde.

A alimentação infantil é uma preocupação atual, alguns dos motivos é o aumento dos casos de obesidade e doenças relacionadas à dieta das crianças. Nesse contexto, o marketing de produtos ultraprocessados desempenha um papel significativo para a escolha e a formação de hábitos das crianças. O marketing é a arte de criar imagens ou ofertas de texto para satisfazer o olhar psicológico, e atrativo das pessoas, a principal técnica utilizada na publicidade é o entretenimento, utilizando o “mundo mágico” em torno dos brinquedos e jogos infantis para atrair seu consumo de produtos ultraprocessados (Assis, 2021).

Segundo Santos (2023), as crianças desde cedo requerem um cuidado especial com a alimentação, que contribui com qualidade de vida, desenvolvimento físico e ausência de carências nutricionais. Os hábitos alimentares podem ser também influenciados por familiares e escolas e esses hábitos irão influenciar quando adulto. Por isso, os responsáveis devem estimular desde cedo o bom hábito alimentar.

O marketing das embalagens tem uma influência muito grande sobre as escolhas alimentares infantis. Economicamente, os alimentos ultraprocessados têm um menor custo, por esse motivo, em alguns casos, os responsáveis acabam optando por esses produtos, além disso, apresentam maior aceitação do público infantil em relação aos alimentos saudáveis.

Por isso, é importante discutir a influência do marketing de embalagem de alimentos ultraprocessados como determinantes nas escolhas alimentares infantis, e assim alertar os responsáveis sobre o grande problema do consumo desses alimentos.

Dessa forma, o objetivo do presente trabalho é avaliar a influência das embalagens de alimentos ultraprocessados destinados ao público infantil e desenvolver uma embalagem e um alimento alternativo saudável para o consumo desse público.

As pesquisas foram realizadas através de leituras de artigos científicos, teses, dissertações e trabalhos de conclusão de curso, utilizando os sites de busca Google Acadêmico e Scielo.

Foi realizado uma dinâmica presencial com 8 crianças de 2 a 9 anos, para analisar suas preferências e hábitos alimentares por meio de jogos, e para seus responsáveis foi disponibilizado um questionário presencial, com 11 perguntas, para obter informações sobre os hábitos alimentares da família, a dinâmica foi realizada com familiares dos integrantes do grupo em suas residências.

Para analisar as preferências alimentares das crianças avaliadas, foi realizado um jogo, chamado “Mercadinho” (Imagem 1), no jogo foram apresentados alimentos cenográficos representando os alimentos industrializados como balas de gelatina, salgadinhos (três marcas conhecidas), bolinhos recheados, cookies na sua versão comercializada, frutas e hortaliças, a criança pode escolher os alimentos de sua preferência e depois que terminou as “compras” passou pelo caixa, foi uma grande brincadeira para eles. Com base no alimento industrializado mais escolhido, o grupo elaborou uma alternativa saudável do alimento com uma embalagem atrativa para o produto e assim avaliamos a aceitação das crianças com o produto, conforme o teste de aceitação do Apêndice B.

Imagem 1 – Estrutura do jogo “Mercadinho”



Fonte: Do próprio autor, 2024.

2. DESENVOLVIMENTO

2.1. Revisão de Literatura

2.1.1. Alimentação infantil e alimentos ultraprocessados

É fato que o direito à alimentação e à saúde é um requisito básico no Brasil, elaborado para a proteção da saúde. Após anos, a qualidade da alimentação brasileira vem tendo graves alterações, baseadas nas mudanças da qualidade de vida e nas condições socioeconômicas da população local. Os casos de desnutrição, que eram comuns no Brasil, tiveram um grande declínio e abriu espaço para que a população brasileira tivesse uma nova tendência, o crescimento da obesidade (Almeida *et al.*, 2021).

O Brasil vem passando por uma transição nutricional, onde estamos saindo da fase de desnutrição e entrando na do excesso de peso, causado pela mudança na forma de alimentação da população. Tal fato vem sobrecarregando o Sistema Único de Saúde (SUS), é estimulado que os gastos do Ministério da Saúde com os atendimentos e internações em decorrência das doenças crônicas não transmissíveis, aproximam-se de R\$ 7,5 bilhões por ano (Coutinho; Gentil; Toral, 2008).

A população infantil tem apresentado um aumento no número de Doenças Crônicas Não Transmissíveis (DCNT), a obesidade é a principal doença que vem aumentando, e como consequência manifestam doenças cardiovasculares, hipertensão arterial, hiperlipidemia e diabetes mellitus. Além disso, essas causas podem levar as crianças no futuro a terem outros prejuízos, como psicológicos e sociais. Com isso, é importante o apoio familiar para a criação dos hábitos alimentares saudáveis, que devem ser introduzidos desde a introdução alimentar (aos 6 meses de vida) até ao longo da vida. Para a criação de um hábito alimentar, deve-se levar em consideração vários fatores como a ordem genética, socioeconômica, cultural, étnica, religiosa, entre outros. Após alguns anos, outros fatores poderão influenciar, como escola, família, amigos e a mídia (Linhares *et al.*, 2016).

Com a criação de ultraprocessados, os indivíduos têm deixado de lado o ato de preparar refeições e preferem a praticidade dos alimentos ultraprocessados, que são muitas vezes mais baratos. Certamente, a mídia tem um grande papel no consumo de ultraprocessados, a maioria das crianças tem o costume de se alimentar assistindo TV e/ou mexendo no celular, tudo isso leva, a criança a desenvolver hábitos ruins na alimentação, ainda as grandes marcas investem muito dinheiro na produção

de anúncios de televisão, assim estimulam os espectadores a comprarem os seus produtos (Silva *et al.*, 2022).

A alimentação brasileira tem apresentado baixo consumo de alimentos saudáveis, como frutas, legumes e verduras, e vem crescendo o consumo de ultraprocessados, como embutidos, biscoitos e salgados. Esses alimentos têm grande porção de sódio, gorduras e açúcares. A alimentação saudável não consegue competir com os ultraprocessados uma vez que esses têm divulgações de promoções, que os tornam mais baratos e de fácil acesso, crianças de 2 anos passam de 3 a 4 horas utilizando telefone celular, deste modo tem o contato com esse tipo de conteúdo todo dia dificultando a aplicação de hábitos alimentares saudáveis e facilitando o consumo de ultraprocessados (Oliveira; Souza, 2017).

2.1.2. Fatores determinantes na compra de alimentos

2.1.2.1. Socioeconômicos

Certamente, a renda familiar desempenha um papel crucial no padrão de consumo alimentar das famílias. Em geral, famílias com maior poder aquisitivo tendem a consumir mais verduras, frutas e alimentos *in-natura*, enquanto aquelas com menor renda optam frequentemente por alimentos processados ou ultraprocessados devido ao seu baixo custo. O preço dos alimentos é um dos fatores determinantes na escolha do produto, sendo que os alimentos mais industrializados tendem a ser mais baratos, enquanto os alimentos *in-natura* são mais caros (Estima; Philippi; Alvarenga, 2009).

Isso significa que famílias com maior poder aquisitivo têm condições de investir em alimentos de melhor qualidade nutricional, enquanto aquelas com menor poder aquisitivo precisa priorizar alimentos que sejam mais acessíveis financeiramente, mesmo que sejam menos saudáveis. Essa dinâmica tem contribuído para a diminuição do consumo de alimentos *in-natura*, não devido à falta de tempo, mas principalmente devido à limitação financeira (Campino, 1986).

Portanto, o desafio reside em encontrar maneiras de tornar os alimentos mais saudáveis e *in-natura* mais acessíveis para todas as camadas da população, de modo a promover uma dieta mais equilibrada e melhorar a saúde geral (Andriolli; Ferraz; Oliveira, 2017).

2.1.2.2. Cultural

A alimentação não é apenas uma necessidade física, mas também uma expressão cultural, influenciada por espiritualidade, religião e memórias afetivas. Essas práticas alimentares variam significativamente entre diferentes povos e regiões.

Por exemplo, no Brasil, o arroz e o feijão são alimentos fundamentais na nossa cultura alimentar, o que pode ter impactos positivos e negativos em diversos aspectos (Braga, 2004).

Para um alimento se tornar típico de uma região, ele precisa não só agradar pelo sabor, mas também adaptar-se ao território e às condições de produção local. A estratégia de produção desempenha um papel crucial na definição de produtos tradicionais (Bianchi, 2019).

No entanto, a prevalência de certos alimentos nem sempre corresponde à sua contribuição para a saúde. Quando um alimento se torna um problema de saúde pública, é responsabilidade do governo intervir, uma vez que a alimentação é um elemento essencial na estrutura social de uma sociedade (Andriolli; Ferraz; Oliveira, 2017).

2.1.2.3. Ambiental

Quando os gastos são restritos, a qualidade da alimentação pode ser comprometida. É evidente que pessoas com baixa renda enfrentam dificuldades para acessar alimentos saudáveis, já que frequentemente fazem compras em mercearias onde os produtos mais comuns são alimentos industrializados (Estima; Philippi; Alvarenga, 2009).

Além disso, o ambiente familiar desempenha um papel crucial no desenvolvimento de hábitos alimentares saudáveis para as crianças. Estabelecer uma rotina alimentar pode contribuir significativamente para o seu bom desenvolvimento, promovendo o consumo de alimentos saudáveis e não ultraprocessados (Silva *et al.*, 2023).

O ambiente escolar também influencia diretamente na alimentação infantil, uma vez que as crianças passam cada vez mais tempo nesse ambiente à medida que crescem. É fundamental que o cardápio escolar seja cuidadosamente planejado e esteja conforme as normas nutricionais, pois as escolhas alimentares feitas nesse ambiente podem impactar os hábitos alimentares das crianças a longo prazo. Qualquer flexibilização no cardápio escolar pode levar as crianças a optarem por produtos processados, contribuindo para a formação de maus hábitos alimentares (Morais, 2021).

2.1.2.4 Influência do marketing e embalagens

O marketing é uma ferramenta necessária para desenvolver uma comunicação entre o consumidor e o produtor. Seduzir o consumidor é a principal função do

marketing, fazendo com que gire a economia e satisfaça a necessidade mútua (Ulhoa; Marquez, 2013).

De acordo com Ribeiro (2020), as crianças são o público mais vulnerável desse marketing, pois nessa idade ainda estão se desenvolvendo fisiologicamente e psicologicamente. É para essa faixa etária que as empresas investem na estética de seus alimentos, utilizando a comunicação visual para atrair as crianças. Para que essa comunicação aconteça, os profissionais de marketing utilizam embalagens, cores chamativas e imagens que prendam a atenção dos consumidores.

Com o avanço tecnológico, atualmente as crianças passam mais tempo em frente às telas. As empresas alimentícias aproveitam desse tempo para divulgar seus produtos em um curto período de tempo nos comerciais de televisão. Assim, as crianças acabam tendo acesso a produtos e forçando seus pais a comprarem (Aguiar *et al.*, 2022).

2.2. Resultados de Discussão

2.2.1. Resultado do questionário com pais

O total de 6 responsáveis responderam ao questionário proposto. Analisando as respostas dos responsáveis foi observado que todos os pais têm conhecimento sobre os problemas de saúde relacionado a uma alimentação considerada incorreta, dentre as respostas deram como exemplo doenças de estômago, hipertensão, diabetes, obesidade e colesterol.

Em relação ao levarem os filhos ao mercado quando vão fazer as compras para a casa, todos responderam que costumam levar. Assim, todas as crianças não tiveram receio de participar do jogo inicial deste trabalho.

Sobre a frequência em que as crianças consomem alimentos industrializados, as crianças entrevistadas costumam comer estes alimentos com bastante frequência, entre três vezes por semana a todos os dias. Apenas um responsável respondeu que seu filho(a) consome esses alimentos uma vez na semana. Os alimentos mais consumidos pelas crianças foram salgadinho, bolacha, iogurte, chocolate, macarrão instantâneo e refrigerante. Em vista disso, foi analisado nas respostas que na hora de comprar destes alimentos apenas um responsável informou que observava a tabela nutricional nas embalagens dos alimentos, os demais não têm esse costume.

Todos os participantes disseram ter consciência de que crianças não devem comer tudo o que tem vontade. A alimentação na infância é influenciada pelo que os

responsáveis disponibilizam, dessa forma os responsáveis tendo consciência de que os filhos não devem consumir só o que tem vontade é um ponto positivo.

Entre os fatores que influenciam na escolha dos produtos a serem comprados, o maior fator influenciável foi o valor do alimento e também o seu sabor. Outras respostas como o valor nutricional, a sustentabilidade e a textura também foram relatadas como são razões influenciáveis.

Em geral, os responsáveis relataram que a rotina do dia a dia interfere diretamente na alimentação das crianças e argumentaram que a disponibilidade de tempo é curta e acabam não se organizando para as refeições, o que reflete na falta da rotina alimentar da criança.

Na questão da qualidade alimentar das crianças, metade dos respondentes disse que seus filhos não possuem uma rotina alimentar e outra metade respondeu que sim, seus filhos se alimentam de forma correta. Os relatos obtidos foram variados. As justificativas dos pais que responderam que os filhos não tinham uma alimentação adequada justificaram que as crianças não gostam de consumir frutas, legumes e verduras. Logo, os pais que relataram uma boa alimentação dos filhos descreveram que as crianças gostam de consumir alimentos considerados saudáveis e os alimentos saudáveis mais selecionados foram as frutas. Entretanto, as respostas foram distintas, visto que algumas crianças possuem paladar muito seletivo.

Ao contrário dos alimentos naturais, os alimentos ultraprocessados são bastante ingeridos de acordo com os responsáveis e os alimentos ultraprocessados mais selecionados foram as bolachas, salgadinhos e iogurte.

2.2.2. Resultados da Brincadeira “Mercadinho”

O jogo “Mercadinho” foi realizado com 8 crianças, sendo 4 do gênero feminino e 4 do gênero masculino, e o objetivo da brincadeira era analisar quais seriam os alimentos mais escolhidos pelas crianças e as influências na escolha alimentar. A seguir são relatados a escolha alimentar de cada criança participante do trabalho.

Imagem 2 – Criança participando da dinâmica proposta.



Fonte: Do próprio autor, 2024.

Criança de 2 anos: a criança ainda não conhece muitos alimentos, mas optou por alguns ultraprocessados, como a bala de gelatina, salgadinho, mas deu preferência aos alimentos saudáveis, como cenoura, uva, milho, melancia, brócolis e laranja. Ao ser questionada sobre a escolha do salgadinho, a criança disse ter escolhido por conta da embalagem. Em relação a todos os outros alimentos escolhidos, a criança respondeu que teria os escolhidos por querer comê-los. Ficando evidente que a escolha dos alimentos se deu pelo fato da criança já conhecer os alimentos.

Criança de 3 anos: a criança demonstrou mais interesse nos alimentos ultraprocessados, sendo suas escolhas o salgadinho (as duas opções) e a bolacha recheada. Quando questionado sobre a escolha de uma das opções dos salgadinhos, a criança disse não gostar e acabou devolvendo o produto. Tal fato indica que provavelmente a embalagem do produto pode ter chamado sua atenção. Os alimentos saudáveis escolhidos foram a uva e a banana. Como a preferência da criança foi mais por alimentos ultraprocessados, provavelmente essa criança tenha um maior consumo desse tipo de alimento.

Criança de 4 anos: a criança inicialmente demonstrou interesse nos alimentos saudáveis como melancia, banana, cenoura, uva, laranja e milho. No caso da uva, a criança relatou que só consome como suco de caixinha. O interesse da criança por alimentos industrializados foi menor, os escolhidos foi o bolinho, a bala de gelatina e a bolacha recheada. Em conversa com a criança, percebemos que ela possui certa consciência do que é saudável e os alimentos saudáveis são consumidos por ela em casa e também na escola. Ainda, o bolinho foi escolhido por ela pelo sabor e o pepino pela cor.

Criança de 5 anos: a criança demonstrou bastante interesse nos alimentos ultraprocessados como os salgadinhos, bolacha recheada, bala de gelatina e bolo, ao

ser questionada sobre suas escolhas a criança relatou ser o que ela gosta e consome normalmente, em relação às embalagens ela comentou que a única que chama sua atenção é a embalagem de um dos salgadinhos. Dos alimentos saudáveis, suas únicas escolhas foram a laranja e a melancia. Com base nas respostas dessa criança, observamos que ela possui uma rotina alimentar com muito alimento ultraprocessados o que faz com que ela prefira esses alimentos. Ainda, para essa criança, a embalagem não é um fator que influencia na sua escolha e ela não tem consciência dos prejuízos do consumo desses alimentos.

Criança de 6 anos: a criança escolheu ambas as comidas, para os ultraprocessados, ele escolheu a bolacha, todos os tipos de salgadinhos e o bolinho, entre os saudáveis, foram escolhidos a banana, o milho, o brócolis, a melancia e a uva. Alguns alimentos ele aparentou nunca ter visto, mas mesmo assim ele o escolheu. Ele demonstrou maior interesse nos ultraprocessados, o que pode estar associado ao fato dele ter maior costume de consumir e comprar, já em relação às frutas e vegetais ele apresenta menor hábito de consumo.

Criança de 7 anos: a criança demonstrou saber a diferença entre alimentos saudáveis e ultraprocessados, já que no primeiro momento escolheu os alimentos saudáveis, somente quando foi questionada se iria pegar alguma opção dos ultraprocessados é que ela os selecionou. Logo depois, a entrevistadora perguntou quais alimentos ela preferia e ela escolheu a bolacha recheada, o salgadinho (uma das opções) e a bala de gelatina. Quando questionada sobre quais alimentos ela tiraria entre as opções selecionadas, ela escolheu o milho, cenoura e a banana. Dessa forma, observamos que, mesmo ela sabendo o que é bom e o que é ruim, ela deu preferência aos ultraprocessados devido ao sabor e por chamar mais a sua atenção.

Criança de 8 anos: a criança demonstrou um bom equilíbrio entre alimentos industrializados e saudáveis. Inicialmente selecionou os ultraprocessados, sendo eles a bolacha recheada, bolo e salgadinho (uma das opções) e logo depois selecionou algumas frutas, sendo elas a banana, laranja e a melancia. Quando realizamos algumas perguntas para a criança, percebemos que ela sabe a importância dos alimentos saudáveis, porém tem preferência e maior consumo dos ultraprocessados.

Criança de 9 anos: a criança mostrou preferência pelos alimentos saudáveis, sendo eles banana, cenoura, uva, melancia e brócolis, após pegou a bala de gelatina e a bolacha recheada. Quando questionada pela escolha dos alimentos ultraprocessados, ela relatou ter o costume de comer e que a embalagem não é

relevante para ela. Assim, concluímos que, apesar da influência dos pais, crianças mais velhas compreendem os benefícios dos alimentos saudáveis para a saúde.

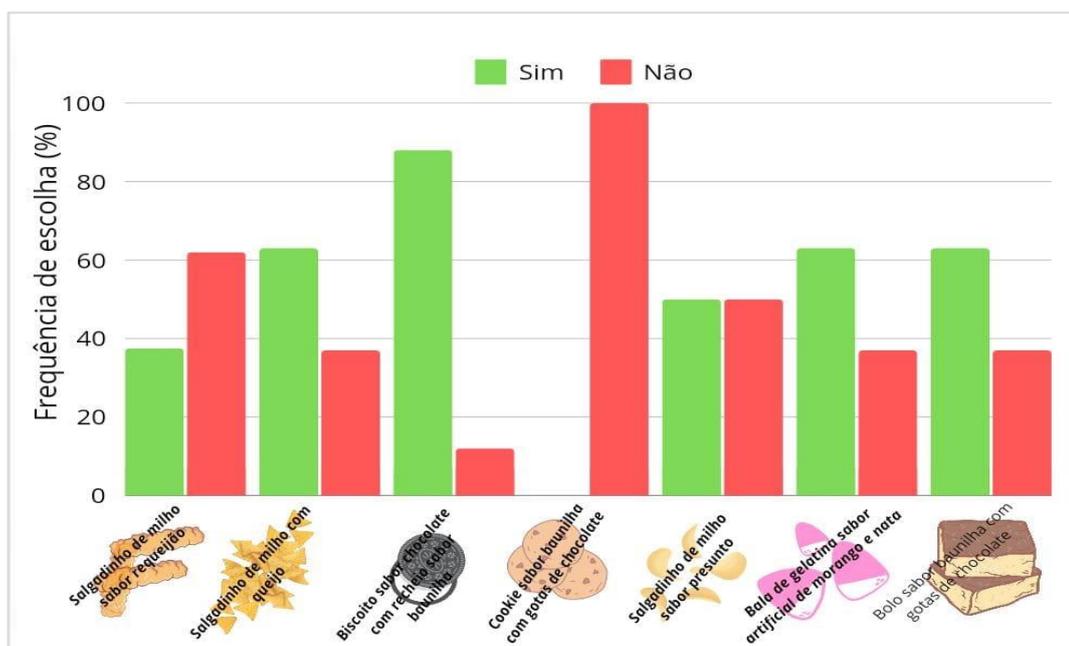
A partir do jogo realizado e das observações feitas, concluímos que a maioria das crianças selecionou os alimentos ultraprocessados pelo fato de conhecer o produto e considerá-lo saboroso, e provavelmente o conhecimento desses produtos é devido à oferta quando ainda novos. Apesar de algumas crianças terem a consciência dos benefícios para a saúde dos alimentos saudáveis, a preferência maior ainda é pelos ultraprocessados e essa preferência é recorrente mais pela questão do sabor do que da embalagem.

Assim, concluímos que a embalagem é um dos fatores determinantes na escolha dos alimentos ultraprocessados, mas a questão do sabor é predominante, o que justifica a importância de alternativas mais saudáveis e também saborosas a esses alimentos.

2.2.3 Desenvolvimento do produto alimentar e aceitação das crianças

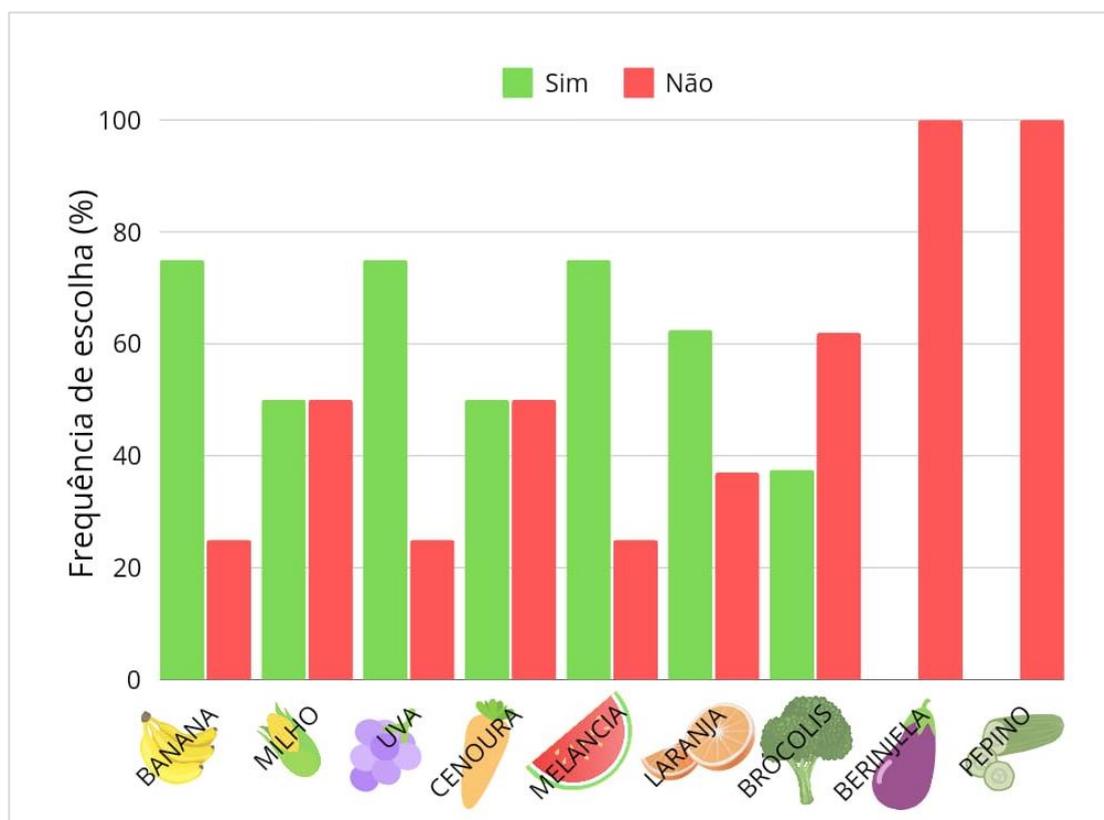
Para dar sequência na proposta do trabalho, analisamos a porcentagem de escolha (Tabela 1 e 2) dos alimentos durante a brincadeira do “Mercadinho” e, para os alimentos mais escolhidos entre as crianças, o grupo buscou uma alternativa de preparação mais saudável. Os produtos de maior escolha foram o bolinho, o salgadinho e a banana. Como a banana foi a opção saudável mais escolhida, ela foi selecionada para ser um dos ingredientes utilizados na elaboração dos novos produtos.

Gráfico 1 - Porcentagem de escolha dos alimentos ultraprocessados.



Fonte: Do próprio autor, 2024.

Gráfico 2 - Porcentagem de escolha dos alimentos saudáveis.



Fonte: Do próprio autor, 2024.

As Fichas Técnicas das preparações foram realizadas e são apresentadas a seguir. Para as preparações, foi também proposta a elaboração da embalagem de modo que fosse atraente, com o objetivo de avaliar a escolha das crianças dos produtos mais saudáveis, estando esses em embalagem atrativa e colorida. Além da avaliação da escolha, foi realizado também o teste de aceitação do produto pelas crianças (Apêndice B).

A embalagem do "Bolinho dos Sonhos" foi feita para chamar a atenção das crianças. A imagem do macaco dormindo passa uma sensação de conforto, atraindo tanto os pequenos quanto os pais. As cores vibrantes, principalmente o amarelo, foram escolhidas para capturar a atenção e provocar sentimentos positivos, importantes para as crianças. O produto é visto como a opção ideal para momentos especiais, como piqueniques em família, tornando-se uma escolha interessante para os pais. A palavra "sonho" dá a ideia de que o bolinho é algo mágico, ligando-se à imagem do macaco sonhando. As bananas repetidas na embalagem não só a tornam bonita, mas também ajudam as crianças a se lembrarem do produto, o que pode incentivar a compra. Em resumo, a embalagem do "Bolinho dos Sonhos" se destaca por promover hábitos alimentares saudáveis entre as crianças, com todos os elementos juntos para oferecer conforto e estimular a compra e o consumo do produto.

A receita de bolo de banana é uma opção mais saudável do que bolinhos e salgadinhos industrializados, pois usa ingredientes naturais e integrais. A banana e a aveia melhoram a nutrição e dão um sabor doce natural, o que diminui a necessidade de adicionar mais açúcar. O bolo tem uma boa quantidade de carboidratos que fornecem energia duradoura, é rico em fibras e os ovos trazem proteínas importantes para o crescimento e reparo do corpo. O cacau e o chocolate amargo também têm antioxidantes, que ajudam a proteger o corpo. Este bolo é uma ótima escolha para lanches em família ou como sobremesa, ajudando a manter uma alimentação equilibrada e saudável para as crianças.

A embalagem do salgadinho sabor queijo apresenta um design eficaz e atrativo, que transmite as principais características do produto de forma clara e objetiva. Criada com base em pesquisas na internet, a embalagem foi desenvolvida no aplicativo Canva e busca uma aparência que cativa as crianças, entendendo suas preferências por alimentos ultraprocessados. A combinação de cores vibrantes, como verde e roxa, figuras divertidas e tipografia criativa contribui para a construção de uma marca forte e flexível, capaz de conquistar o público infantil. A imagem

central da embalagem incentiva o consumo entre os pequenos, enquanto as formas triangulares laranjas representam o produto de maneira lúdica.

A receita de salgadinho de queijo em formato triangular é uma alternativa saborosa que atrai as crianças, que costumam gostar de produtos como o Doritos®. Buscamos uma versão mais saudável que agradasse ao paladar infantil. Essa receita pode ser consumida ocasionalmente, mas é importante combiná-la com refeições mais leves e ricas em fibras para garantir uma dieta saudável. Assim, as crianças podem desenvolver melhores hábitos alimentares, sem renunciar ao sabor, e reduzir o consumo de alimentos ultraprocessados.

Os produtos ultraprocessados e versão saudável proposta foram apresentados para as crianças a fim de avaliar qual era o produto mais atraente, em relação ao sabor qual era o mais gostoso (utilizando a Ficha de Aceitação do Apêndice B) e em relação a embalagem qual a criança mais gostava.

Em geral, durante essa atividade percebeu-se que o principal fator que influenciou na escolha e na aceitação da criança foi o hábito alimentar já instaurado no consumo de ultraprocessados, uma vez que a maioria escolheu o alimento ultraprocessado por já conhecer/consumir. Algumas crianças também demonstraram não gostar do sabor dos produtos alternativos propostos. Por outro lado, notou-se que as crianças mais velhas foram as que mais apreciaram os produtos alternativos, justamente por compreender seus benefícios.

Vale salientar que os benefícios nas versões propostas em relação ao ultraprocessado mais escolhido, estavam na qualidade e quantidade dos ingredientes presentes na formulação. Por exemplo, o salgadinho proposto era constituído por farinha de trigo, queijo muçarela, manteiga com sal, fermento químico, água e clara de ovo, essa preparação quando comparada com um salgadinho comercial torna-se uma alternativa mais saudável por não ter uma lista de ingredientes tão extensa composta por realçadores de sabor, aromatizantes, corantes e conservantes.

FICHA TÉCNICA: Salgadinho de queijo

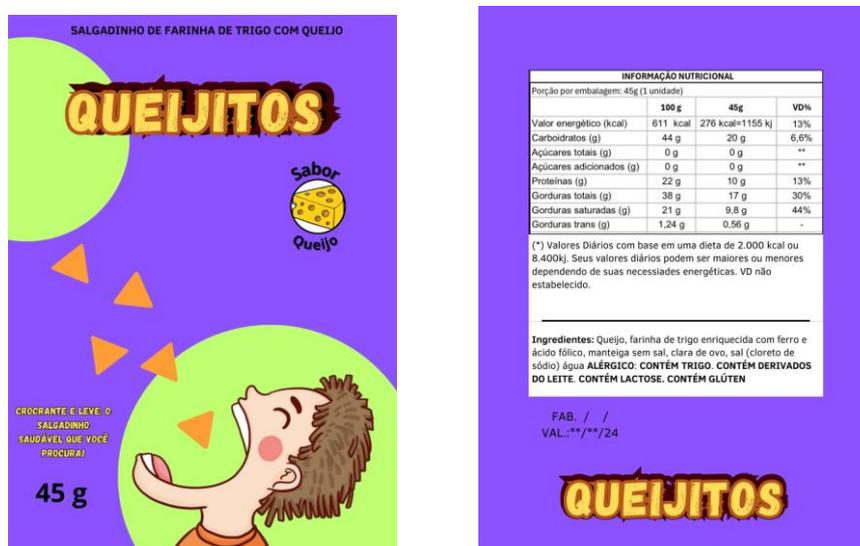
Ingredientes:

1. 2 xícaras farinha de trigo (245 g)
2. Queijo muçarela (250 g)
3. Manteiga com sal (100 g)
4. Meia colher de fermento químico
5. 3 colheres de água gelada
6. Sal a gosto
7. 1 clara de ovo

Modo de preparo:

1. Colocar a farinha, o fermento e uma pitada de sal em uma bacia e misturar levemente;
2. Adicionar a manteiga e o queijo e com a ajuda de uma batedeira misture até que forme uma farofa;
3. Colocar a água aos poucos e misturar com as mãos até ela se unir;
4. Dividir a massa em 4 e colocar em um papel manteiga, com a ajuda de um rolo de massa ela até que fique bem fina, cubra ela com plástico filme;
5. Colocar por aproximadamente 20 minutos na geladeira ou até que fique firme;
6. Retirar da geladeira e com uma faca corte-os em triângulos;
7. Levar para assar no fogo pré-aquecido por 15 minutos ou até dourar.

Imagem 3 - Embalagem do salgadinho de queijo.



Fonte: Do próprio autor, 2024.

FICHA TÉCNICA: Bolo de banana e cacau

Ingredientes:

1. 3 Banana amassada (285 g)
2. 3 Ovos (133 g)
3. 3 colheres de sopa de Manteiga (81 g)
4. 3 colheres de sopa de Açúcar mascavo (50 g)
5. 1 xícara chá Aveia em flocos finos (77 g)
6. 3 colheres de Cacau em pó (29 g)
7. 1 colher Fermento em pó (15 g)
8. 1 barra de chocolate 70% cacau (85 g)

Modo de preparo:

1. Bater no liquidificador as bananas, os ovos, a manteiga e o açúcar mascavo até tudo ficar homogêneo;
2. Colocar a massa em uma tigela, e misturar a aveia, o cacau em pó, o fermento e picar a barra de chocolate;
3. Adicionar por cima da massa a barra de chocolate picado;
4. Colocar a massa em uma forma untada com manteiga e polvilhar o cacau em pó;
5. Levar no forno por 30 min a 180 °C.

Imagem 4 – embalagem do bolo de banana.



Bolo de banana com gotas de chocolate

INFORMAÇÕES NUTRICIONAIS			
Porção 60g (1 unidade)			
Quantidade	100g	60g	%VD*
Valor Energético	205kcal=858kj	123Kcal=517Kj	6
Carboidratos	20g	12g	4
Proteínas	4g	2,4g	5
Gorduras Totais	12,5g	7,5g	11
Gorduras Saturadas	5g	3g	15
Gorduras Trans	0g	0g	**
Fibra Alimentar	3g	1,8g	7
Sódio	83,3mg	50mg	2,5

(*)%Valores Diários com base em uma dieta de 2.000kcal ou 8.400kj. Seus valores diários podem ser maiores ou menores dependendo de suas necessidades energéticas. ** VD não estabelecido. *** Porção de referência de 60g.

INGREDIENTES: Banana, ovo, manteiga, açúcar mascavo, aveia em flocos finos, fermento em pó, cacau em pó e chocolate 70% cacau
ALÉRGICOS: CONTÉM DERIVADOS DE LEITE. CONTÉM GLÚTEN. CONTÉM SOJA

FAB.:
VAL.:

Fonte: Do próprio autor, 2024.

3. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Dessa forma, o objetivo do trabalho foi alcançado uma vez que foi possível avaliar a influência das embalagens de alimentos ultraprocessados destinados ao público infantil e desenvolver uma embalagem e um alimento alternativo saudável para o consumo desse público.

Ao longo das pesquisas, foram identificadas quais foram as influências que predominavam na escolha dos ultraprocessados, sendo observado que as embalagens não é a única influência e que existem várias delas.

Em relação ao consumo dos ultraprocessados, observamos também a questão financeira é um fato que influencia, visto que os ultraprocessados tendem a ser mais acessíveis. Outro fator analisado é a praticidade do preparo e consumo do produto, já que muitos dos pais destacaram que não têm muito tempo para fazer uma preparação mais completa por terem uma rotina corrida.

Inicialmente acreditávamos que a escolha dos ultraprocessados eram muito influenciada pelas embalagens dos alimentos, mas durante a brincadeira do mercadinho pudemos ver a perspectiva das crianças e notamos que na realidade a escolha e o consumo se dá na maior parte das vezes pelo hábito alimentar da criança onde esses produtos são habitualmente consumidos, gerando assim a preferência. Por outro lado, crianças mais velhas optaram também por produtos mais saudáveis, o que provavelmente esteja relacionado a consciência e conhecimento dos prejuízos para saúde dos alimentos ultraprocessados. Em geral, o que foi evidenciado é fato de que o principal fator na influência alimentar da criança é o hábito alimentar construído desde cedo pela oferta desses produtos pelos responsáveis.

A aceitação do produto proposto pelas crianças foi mista, embora tenham demonstrado interesse pela embalagem, o sabor dos produtos não agradou completamente ao público infantil. Essa diferença entre a atração visual e a percepção de sabor indica que, apesar de uma apresentação atrativa, o produto não atendeu plenamente às expectativas de paladar das crianças.

A mudança de hábitos alimentares pode ser uma tarefa difícil, porém é algo que precisa ser feito, ainda mais se tratando do público infantil, por isso compreender a importância dos aspectos visuais e sensoriais na escolha alimentar é importante, uma vez que a má alimentação pode trazer prejuízos para saúde. Ainda, muitas famílias não têm a consciência desse prejuízos e isso reforça a necessidade de incentivar uma alimentação infantil mais saudável.

REFERÊNCIAS

AGUIAR, Amanda Lemes Ferreira de *et al.* Influência da publicidade na alimentação infantil. **Race interdisciplinar-revista científica eletrônica**, Itumbiara, v. 01, p. 1-8, 2022. Disponível em: <<file:///C:/Users/etec/Downloads/01-INFLUENCIA-DA-PUBLICIDADE-NA-ALIMENTACAO-INFANTIL.pdf>>. Acesso em: 17 jun. 2024.

ALMEIDA, Mariana Saracino de *et al.* O Impacto da má alimentação infantil a longo prazo na saúde do adulto. **Revista Eletrônica Acervo Científico**, v. 39, p. 1-12, 2021. Disponível em: <<https://doi.org/10.25248/reac.e9272.2021>>. Acesso em: 18 jun. 2024.

ANDRIOLLI, Bianca Gazziero; FERRAZ, Diogo; OLIVEIRA, Fabiola Cristina Ribeiro de. O Padrão de Consumo alimentar das famílias brasileiras: fatores determinantes e tendências. **Enegep**, Joinville, p. 1-17, 2017. Disponível em: <file:///C:/Users/abbco/Downloads/TN_STO_242_402_32715.pdf>. Acesso em: 18 jun. 2024.

ASSIS, Ágata *et al.* **A influência da publicidade na alimentação infantil**. 2021. Trabalho de Conclusão de Curso (Técnico em Nutrição e Dietética) - Etec Cidade Tiradentes, São Paulo, 63p. 2021. Disponível em: <[file:///C:/Users/etec/Downloads/nut_2021_novotec_tagataassis_ainfluenciadapublici_240618_104334%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/etec/Downloads/nut_2021_novotec_tagataassis_ainfluenciadapublici_240618_104334%20(1).pdf)>. Acesso em: 11 jun. 2023.

BIANCHI, Paula Pires. **Alimentação como identidade cultural e a regulação do estado: o contexto brasileiro**. 2019. Trabalho de Conclusão de Curso (Direito) – Universidade Presbiteriana Mackenzie, São Paulo, 31p. 2019. Disponível em: <<file:///C:/Users/abbco/Downloads/PAULA%20PIRES%20BIANCHI.pdf>>. Acesso em: 18 jun. 2023.

BRAGA, Vivian. Cultura Alimentar: contribuições da antropologia da alimentação. **Saúde em Revista**, Piracicaba, v. 6 n. 13 p. 37-44, 2004. Disponível em: <<file:///C:/Users/abbco/Downloads/-%20CULTURA%20ALIMENTAR.pdf>>. Acesso em: 18 jun. 2024.

CAMPINO, Antonio Carlos Coelho. Aspectos sócio-Econômicos da desnutrição no Brasil. **Revista Saúde Pública**, São Paulo, v. 20, n. 1, p. 83-101, 1986. Disponível em: <[file:///C:/Users/abbco/Downloads/download%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/abbco/Downloads/download%20(1).pdf)>. Acesso em: 18 jun. 2024.

COUTINHO, Janine Giuberti; GENTIL, Patrícia Chaves; TORAL, Natacha. A desnutrição e obesidade no Brasil: O enfretamento com base na agenda única da nutrição. **Cad. Saúde Pública**, v. 24, n. 2, p. 332-340, 2008. Disponível em: <<https://www.scielo.br/j/csp/a/HZrgfhSTVmSMbhjKFKfXVVQ/?format=pdf&lang=pt>>. Acesso em: 18 jun. 2024.

ESTIMA, Camilla de Chermont Prochnik; PHILIPP, Sonia Tucunduva; ALVARENGA, Marle dos Santos. Fatores determinantes de consumo alimentar: por que os indivíduos comem o que comem?. **Revista Brasileira de Nutrição Clínica**, Porto Alegre, v. 24, n. 4, p. 263-268, 2009. Disponível em: <file:///C:/Users/abbco/Downloads/art_ESTIMA_Fatores_determinantes_de_consumo_2009.pdf>. Acesso em: 18 jun. 2024.

LINHARES, Francisca Michelli Medeiros *et al.* Obesidade infantil: influência dos pais sobre a alimentação e estilo de vida dos filhos. **Temas em Saúde**, João Pessoa, v. 16, n. 02, p. 1-6, 2016. Disponível em: <[file:///C:/Users/etec/Downloads/tcc%20artigo%20obesidade%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/etec/Downloads/tcc%20artigo%20obesidade%20(1).pdf)>. Acesso em: 18 jun. 2024.

MORAIS, Rafaella Marinho de. **Fatores ambientais que influenciam na formação dos hábitos alimentares do pré-escolar uma revisão**. 2021. Trabalho de Conclusão de Curso (Nutrição) – Pontifícia Universidade Católica de Goiás - Escola de Ciências Sociais e da Saúde, Goiânia, 22 p. 2021. Disponível em: <<file:///C:/Users/abbco/Downloads/TCC%20RAFAELLA.pdf>>. Acesso em: 18 jun. 2023.

OLIVEIRA, Ana Carolina da Silva; DE SOUZA, Ludmila Maria Barros. Avaliação da frequência do consumo de alimentos ultraprocessados de crianças menores de 10 anos. **South American Development Society Journal**, v. 2, n. 6, p. 141-154, 2017. Disponível em: <<https://www.sadsj.org/index.php/revista/article/view/56>>. Acesso em: 18 jun. de 2024.

RIBEIRO, Gabrielle Stefany Soares. Análise do marketing dos produtos alimentícios infantis. **Journal of the health sciences institute**. v. 38, n. 2, p. 5, 2020. Disponível em: <https://repositorio.unip.br/wp-content/uploads/tainacanitems/34088/63525/03V38_n2_2020_p122a126.pdf>. Acesso em: 17 jun. 2024.

SANTOS, Jucimara Martins dos *et al.* Fatores que interferem na formação do hábito alimentar saudável na infância. **Revista Científica do UBM**, Barra Mansa, v. 25, n. 48, p. 80-94, 2023. Disponível em: <<file:///C:/Users/etec/Downloads/document.pdf>>. Acesso em: 18 jun. 2024.

SILVA, Amanda de Fátima Rodrigues *et al.* Impacto e consequências do consumo de alimentos ultraprocessados na saúde infantil. **Research, Society and Development**, v. 11, n. 15, p. 1-9, 2022. Disponível em: <<https://rsdjournal.org/index.php/rsd/article/view/36883>>. Acesso em: 18 jun. de 2024.

SILVA, Bruno Eduardo de Camargo *et al.* **Determinantes do comportamento alimentar infantil**. 2023. Trabalho de Conclusão de Curso (Técnico em Nutrição) – ETEC Cel. Fernando Febeliano da Costa, Piracicaba, 22p. 2023. Disponível em: <file:///C:/Users/abbco/Downloads/TCC_DETERMINANTES%20DO%20COMPORTAMENTO%20ALIMENTAR%20INFANTIL.pdf>. Acesso em: 18 jun. 2024.

ULHOA, Dalila Ricardo Lapesquer; MARQUEZ, Daniela de Stefani. A influência do marketing nutricional na obesidade infantil. **Revista Científica da Faculdade Atenas**, v. 1, n. 1, p. 1-20, 2013. Disponível em: <http://www.atenas.edu.br/uniatenas/assets/files/magazines/2_A_INFLUENCIA_DO_MARKETING_NUTRICIONAL_NA_OBESIDADE_INFANTIL.pdf>. Acesso em: 17 jun. 2024.

APÊNDICE A – Questionário realizado com os responsáveis de forma presencial

Olá, você está sendo convidado para participar da pesquisa “A influência do marketing dos ultraprocessados na alimentação infantil”, que tem como objetivo de melhorar a alimentação infantil, analisando os elementos que atraí e influência na escolha dos ultraprocessados. Desenvolvendo então um alimento alternativo saudável para o consumo desse público. Este questionário faz parte da pesquisa do Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) do curso Técnico Nutrição e Dietética da ETEC Cel. Fernando Febeliano da Costa, sob orientação da Profa. Ma. Gabriela Maria R. N. de Alcantara.

A pesquisa é voluntária e anônima, desta forma, você não fornecerá nome ou e-mail, garantindo sua privacidade. Os resultados obtidos por meio da pesquisa serão utilizados apenas para alcançar os objetivos científicos citados acima. Agradecemos muito pelo seu tempo e contribuição.

Ana Beatriz Bonatto, Ana Clara Neves, Helena Martins, Isabelli de Andrade Jeniffer Brito.

- 1) Você tem conhecimento sobre os problemas de saúde que estão relacionados ao consumo dos alimentos industrializados?

Sim

Não

Quais você conhece? _____

- 2) Você costuma levar os filhos ao mercado?

Sim

Não

- 3) Qual é a frequência que o seu filho consome alimentos industrializados

Todo dia

Uma vez por semana

Duas vezes por semana

Três vezes por semana

Quatro vezes ou mais por semana

Quais são eles? _____

4) Na hora da compra você observa a tabela nutricional presente nas embalagens dos alimentos?

Sim Não

5) Você acha que as crianças devem comer tudo o que tem vontade?

Sim Não

6) Quais são os fatores que mais influenciam na sua escolha no momento da compra dos alimentos?

- Valores
- Sabor
- Textura
- Embalagens
- Brindes
- Valor nutricional
- Saudabilidade

Outros: _____

7) Você acha que sua rotina interfere na alimentação da criança?

Sim Não

Por quê? _____

8) A criança tem uma rotina alimentar*?

*Rotina alimentar visa orientar o indivíduo em relação ao consumo de alimentos e às quantidades necessárias para atingir objetivos nutricionais e de saúde.

Sim Não

9) Em sua opinião, você acha que o seu ou sua filha(o) tem uma alimentação adequada?

Sim Não

Por quê? _____

10) Quais dos alimentos saudáveis abaixo, as crianças consomem frequentemente?

- Verduras (Exemplo: alface, brócolis, rúcula)
- Hortaliças (Exemplo: batata, chuchu, cenoura)
- Frutas (Exemplo: banana, maçã, mamão)
- Leguminosas (Exemplo: feijão, ervilha, lentilha)
- Cereais (Exemplo: arroz, aveia, milho)

Exemplos: _____

11) Quais são os alimentos industrializados mais consumido pelos seu ou sua filha(o)?

- Bolacha
- Salgadinho
- Iogurte
- Balas gelatinosas

Outros: _____

APÊNDICE B – Teste de Aceitação realizado com as crianças referente aos alimentos provados



Fonte: Do próprio autor, 2024.