

Influência da mídia televisiva na alimentação de escolares: revisão de literatura integrativa
Influence of television media on schoolchildren's diet: integrative literature review

Jean Carlos Barroso de Sousa¹ Maria Laura Porto Souza Ribeiro¹ Priscila Osório Fernandes²

¹Discentes do Curso de Bacharelado em Nutrição da Faculdade de Ensino Superior de Florianópolis – FAESF – PI.

²Professora da Faculdade de Ensino Superior de Florianópolis – FAESF – PI. Contato: priscylla_osorio@hotmail.com

RESUMO

Introdução: Os primeiros anos de vida tem uma grande influência no decorrer da vida de qualquer indivíduo. Nessa fase as escolhas alimentares e aversões são pré-estabelecidas, mas é justamente nessa etapa que as pessoas estão mais propensas às grandes influências das mídias sociais, isso muito se dá pelo fato de ser uma forma de entretenimento na qual as empresas aproveitam para expor seus alimentos e/ou produtos alimentícios, sempre fazendo o uso das melhores estratégias para atingir seu público alvo. **Objetivo:** Com isso, o presente estudo tem como objetivo analisar a influência da mídia televisiva na alimentação infantil. **Metodologia:** Trata-se de uma pesquisa de revisão bibliográfica do tipo integrativa, na qual são abordados e comparados alguns artigos que mostram o quanto as mídias, principalmente a televisiva pode influenciar nos hábitos alimentares de crianças com idade média de 2 a 10 anos de idade. **Resultados:** A maior parte dos estudos abordados mostram que as crianças sofrem mudanças nos hábitos alimentares e que seus pais acabam sendo influenciados pelas mesmas. **Conclusão:** pode-se concluir que a mídia televisiva é uma das maiores influenciadoras nos hábitos alimentares das crianças, isso porquê as empresas divulgam seus produtos oferecendo brindes, brinquedos, descontos, exposição de personagens, dentre outros muitos artefatos utilizados para atingir seu público alvo.

Palavras-chave: Mídias sociais. Escolares. Alimentação infantil. Televisão. Comportamento alimentar.

ABSTRACT

Introduction: The first years of life have a great influence on the course of any individual's life. At this stage, food choices and aversions are pre-established, but it is precisely at this stage that people are more prone to the great influences of social media, this is largely due to the fact that it is a form of entertainment in which companies take the opportunity to expose their food and/or food products, always making use of the best strategies to reach your target audience. **Objective:** With this, the present study aims to analyze the influence of television media on infant feeding. **Methodology:** This is an integrative literature review research, in which some articles are approached and compared that show how the media, especially television, can influence the eating habits of children with an average age of 2 to 10 years old. **Results:** Most of the studies discussed show that children undergo changes in eating habits and that their parents end up being influenced by them. **Conclusion:** it can be concluded that the television media is one of the biggest influencers on children's eating habits, that's why companies advertise their products offering gifts, toys, discounts, character exposure, among many other artifacts used to reach their target audience.

Keywords: Social media. schoolchildren. Infant feeding. TV. Feeding behavior.

INTRODUÇÃO

Um dos principais atrativos para compras de alimentos é a embalagem, e quando se trata de crianças a mesma possui um poder de influência ainda maior, e é através dela que as grandes indústrias alimentícias buscam atingir seu público alvo. Os comerciais ilustram alimentos que são prejudiciais como se fossem de ótima qualidade nutricional, porém, se houver um olhar mais amplo para a situação é possível observar o excesso de gordura, açúcar e sal, que se consumidos no decorrer da vida podem desencadear doenças crônicas não transmissíveis, como diabetes, hipertensão arterial, obesidade entre outras doenças (Engler, Guimarães, Lacerda, 2016).

A publicidade está presente em diversos momentos do nosso dia a dia, pois somos impactados continuamente, durante toda a vida, por anúncios de produtos e serviços que podem ser capazes de satisfazer nossas necessidades e mexer com os nossos desejos (ALMEIDA RG, 2016).

A programação televisiva está repleta de comerciais de alimentos, onde o telespectador é exposto diariamente a uma enorme quantidade de mensagens que tem como propósito persuadir à aquisição de um produto, com o intuito de lucro, sem preocupação alguma com a saúde dos consumidores (Santana, Oliveira, Clemente, 2015). Soma-se a isso o fato de que grande parte das propagandas apresentadas na televisão exerce influência negativa nas escolhas e hábitos em relação ao alimento pelas crianças (OLIVEIRA TS e POLL FA, 2017).

Um estudo realizado nos Estados Unidos mostrou que crianças com menos de 12 anos assistem em média a 24 horas de televisão por semana e que esse meio de comunicação é o principal veículo na comercialização de alimentos para crianças (EMOND *et al*, 2015). Infelizmente, a maior parte dos alimentos ofertados são ricos em gorduras, açúcares e associados a uma vida sedentária acaba influenciando para o aparecimento de várias patologias.

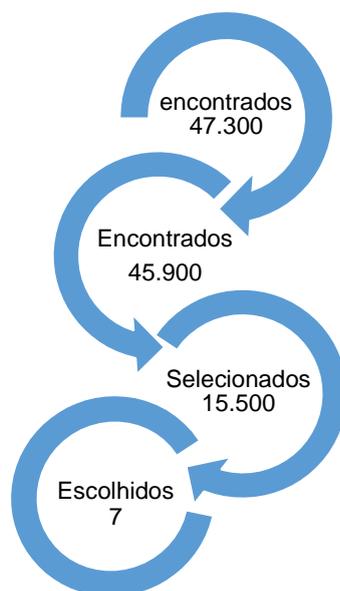
O presente estudo tem como objetivo analisar a influência da mídia televisiva na alimentação de escolares.

MATÉRIAS E MÉTODOS

Trata-se de uma pesquisa em uma revisão bibliográfica do tipo integrativa, onde foi realizada uma revisão de literatura na base de dados google acadêmico e buscados artigos científicos que discutam sobre a publicidade de alimentos e crianças, publicados do ano de 2016 a 2021 utilizando-se, de forma isolada e combinada, os seguintes descritores: “Mídias sociais”, “Escolares”, “Alimentação infantil”, “Televisão”, “Comportamento alimentar”.

Foi utilizada a estratégia de pesquisa de acordo com a Figura 1, a partir destes foram encontrados 47.300 artigos relacionados ao tema, ao selecionar somente artigos em português reduziu para 45.900. Quando foi especificado o período de 2016 à 2021 foram encontrados 15.500 resultados. Após selecionarmos apenas artigos relacionados ao nosso assunto e excluirmos artigos de revisão, chegamos à 7 artigos.

Figura 1- Fluxograma para busca dos artigos incluídos na pesquisa- Florianópolis-PI.



Fonte: Autores, 2021.

Para seleção dos artigos observou-se o título e o resumo dos artigos. Foram incluídos os artigos que se enquadraram nos seguintes critérios: publicados em língua portuguesa, no período correspondente aos anos de 2016 a 2021, e que possuíam textos disponíveis na íntegra. Foram rejeitados aqueles que não atendiam aos critérios de inclusão acima descritos. Depois, foram lidos os títulos e os resumos artigos identificados. Após a leitura dos resumos, foram excluídos os artigos que não contribuiriam para o estudo, selecionando-se apenas sete, os quais possuíam relação ao tema. Em seguida, delimitou-se a temática e as variáveis para a análise e a discussão dos dados.

RESULTADOS E DISCUSSÃO

Em relação à abordagem metodológica utilizada nas 7 produções científicas, prevaleceu a abordagem descritiva (tabela 1). Dentre os artigos encontrados, os que mais prevaleceram foram os de pesquisa de campo. As pesquisas foram feitas com estudantes de ambos os sexos e com idade média entre 2 a 10 anos.

Os artigos escolhidos mostram o quanto as mídias sociais, televisão, podem influenciar nos hábitos alimentares das crianças. Isso acontece devido ao tempo em que os pequenos passam em frente à televisão, computadores, celulares e demais meios de comunicação. Infelizmente muitas das vezes essas mídias contribuem de forma negativa para as crianças, incentivando as mesmas a consumirem alimentos hipercalóricos e não saudáveis em troca de brindes, brinquedos e/ou pelo simples fato de ter um personagem que chame a atenção deste público. O grande problema é que estes alimentos cheios de diversão e alegria acabam trazendo diversos problemas de saúde, como por exemplo: Hipertensão, diabetes, dislipidemias, problemas cardiovasculares, etc.

Após a leitura dos artigos foi possível definir a mídia televisiva como maior influenciadora quando se fala em comerciais de alimentos. A mesma é vista várias horas por dia pelas crianças. Além disso apresenta inúmeras propagandas sobre alimentos ultra processados, fast-foods, e outros que são extremamente prejudiciais à saúde.

A tabela 01 apresenta um compilado de estudos realizados sobre a influência da televisão no consumo alimentar infantil.

Tabela 1. Apresenta estudos realizados sobre a influência da televisão no consumo alimentar infantil.

	Autor/ano	Tipo de estudo	Sexo/idade	Metodologia	Resultados
1	PRODANOV <i>et. al.</i> 2016	Exploratório/ Descritivo	Ambos/ 7 a 8 anos	26 escolares de uma escola particular. Aplicação de questionários com perguntas relacionadas a horas de televisão/dia, tipos de alimentos consumidos e a percepção da professora e dos pais sobre alimentação dos filhos. Mídia televisiva	44% dos estudantes assistem de 1 a 2h/ dia à televisão, e a maioria (56%), de 3 a 4h ou mais. Os resultados mostram que a maioria das crianças gasta seu tempo livre em frente à televisão, em média, 3h/dia. O artigo não apresenta dados antropométricos e/ou estado nutricional dos escolares.
2	Moraes et al/2018	Descritivo	Ambos/11 a 15	40 alunos, 29 do sexo feminino e 11 do sexo masculino na cidade de São Luís - MA. Coletados peso e altura dos participantes. Avaliação do estado nutricional, foi feita a antropometria para calcular IMC e utilizou curva do IMC para idade. Aplicação de questionário desenvolvido especialmente a influência das mídias sociais e hábitos alimentares. Mídia televisiva	85,0% eutrofia, dentre estes 83,0% do sexo feminino e 91,0% sexo masculino. Sexo feminino 7,0% apresentaram risco de sobrepeso e 10% foram diagnosticadas com sobrepeso, 9,0% dos meninos foram diagnosticados com sobrepeso e não houve casos de obesidade. Guloseimas até duas vezes na semana foi referido por 68,0% dos escolares (meninas 41,0% e meninos 2,07%), o consumo de 3 a 4 vezes na semana foi de 53,0% (meninas 17,0% e meninos 36,0%). Frutas e verduras (B) de 2 a 3 vezes por semana foi citado por 88,0% dos estudados (meninas 24,0% e meninos 64,0%) e 41,0% raramente tinham o hábito (meninas 14,0% e meninos 27,0%), 70,0% dos estudantes relataram que sempre tinham esse hábito de fazer refeições frente à TV e computador (meninas 34,0% e meninos 36,0%).
3	Alcântara et al/2019	Estudo de epidemiologia analítica, experimental, não controlado, prospectivo e incompleto.	Ambos/ 6 a 9 anos	70 escolares de ambos os sexos, de uma escola privada da cidade de São Paulo - SP, no ano de 2018. Foi realizada a avaliação antropométrica e dietética das crianças. Foram realizadas 4 atividades com as crianças. Mídia televisiva.	60,0% apresentaram eutrofia, 38,2% apresentaram excesso de peso, 51,4% das crianças relataram terem pedido aos pais para comprar algum alimento após visualizar um anúncio na TV, 50% crianças participam das compras em suas casas e 50% não participam, 40,0% escolheriam o suco industrializado e 14,3% escolheriam os biscoitos recheados, onde os motivos mais relatados foram devido ao fato de acreditarem ser

					saudável pelas vitaminas e minerais presentes, pelo personagem e pela praticidade.
4	Monteze et al/ 2020	Não especificado	Ambos/4 a 10 anos	Aplicação de um questionário online contendo questões abertas e fechadas referentes à idade, sexo, peso e altura, atividades cotidianas realizadas e hábitos alimentares, respondidos pelos pais ou responsáveis legais de crianças entre 4 e 10 anos de idade foi realizada a relação entre o tempo de televisão e o estado nutricional das crianças. Os alimentos indicados pelos pais, como os mais preferidos pelas crianças foram apresentados.	213 pais e/ou responsáveis pelas crianças responderam ao questionário. 50,2% (n=107) eram do sexo feminino e 49,8 (n=106) do masculino. Segundo o IMC/idade em torno da metade são eutróficos e o restante estão com sobrepeso e obesidade. A média de horas gastas assistindo televisão diariamente foi de 3 horas e 20 minutos, o horário mais frequente pela manhã (62%). Em relação aos alimentos, destacam doces em geral, biscoitos, salgadinhos tipo cheetos, frutas e iogurte.
. 5	Monteiro et al/2019	Estudo transversal, de abordagem descritiva com análise quantitativa.	Ambos/2 a 6 anos	Realizada com 81 crianças na cidade de Gaspar - SC. Aplicação de um questionário semiestruturado que abordou os seguintes questionamentos: identificação, rotina diária, alimentação e hábitos em frente aos meios de comunicação.	61 crianças com idade entre 2 e 5 anos e 20 crianças com idade entre 5 e 6 anos. As crianças entre 2 e 5 anos apresentaram maior índice de sobrepeso, quanto às propagandas sobre alimentos, 33 crianças afirmaram gostar e se sentem influenciadas por elas.
6	Oliveira et al/2016	Estudo transversal, prospectivo, com abordagem quantitativa e qualitativa	Ambos/5 e 9 anos	Foram avaliados 69 escolares regularmente matriculados em uma escola estadual do município de Venâncio Aires/RS, com idade entre cinco e nove anos. Houve a aplicação de questionários enviados para os domicílios, para serem respondidos pelos pais. Além disso, foi realizado na escola, a identificação do estado nutricional, através da aferição do peso e da estatura, e posterior classificação do Índice de Massa corporal (IMC) de acordo com os critérios propostos pela Organização Mundial de Saúde (OMS) (2006/2007).	41 crianças apresentaram sobrepeso, sendo que destacam-se que os escolares que passam de 3 a 4 horas em frente à TV são os que mais costumam pedir aos pais um produto alimentício pelo brinde ou brinquedo, e também são estes que mais costumam sentir vontade de comer o alimento ou produto alimentício após assistir ao produto na TV.

7	Melo et al/2019	Estudo descritivo, de abordagem transversal	Ambos/ 7 a 10 anos	O estudo foi realizado em Teresina – PI, amostra de 75 escolares com idades entre 7 e 10 anos. Aplicação de um questionário sobre consumo alimentar e uso de aparelhos	22,7% (17) das crianças apresentaram sobrepeso, 14,7 % (11) das crianças apresentaram obesidade e 10,7% (8) das crianças apresentaram obesidade grave. Quanto à
---	-----------------	---	--------------------	--	---

				eletrônicos, para avaliação do estado nutricional foi utilizado IMC, peso para Idade, Estatura para Idade e IMC para idade e a classificação foi utilizado o ponto de corte propostos pela OMS. O estudo não especifica como foi feita a circunferência da cintura.	circunferência da cintura 36% (27) dos escolares apresentou risco para doenças cardiovasculares. Foi constatado que há correlação entre o consumo de ultra processados e uso de aparelhos eletrônicos assim como, entre o uso de aparelhos eletrônicos e o estado nutricional.
--	--	--	--	---	--

Fonte: Autor, 2021.

TEMPO DE PERMANÊNCIA EM FRENTE À TV

Para MELO, *et al* 2019, O estudo mostra uma maior associação entre o uso do tablet e a classificação do estado nutricional das crianças avaliadas, em que a influência da utilização do tablet se sobrepõe ao da TV. Diferente de PRODANOV, *et al* 2016, no qual o resultado da pesquisa mostrou que 44% dos estudantes assistem de 1 a 2h/dia à televisão, e a maioria (56%), de 3 a 4h ou mais. A pesquisa mostrou que os problemas da alimentação das crianças em idade escolar são consequência de vários fatores, mas um dos principais deles é a mídia televisiva, que induz ao consumo de produtos pouco saudáveis e que têm forte apelo nessa idade.

Segundo ALCANTARA, *et al* 2019, o acesso a propagandas de televisão afeta os hábitos alimentares, 36 (51,4%) dos estudantes relataram pedir à seus pais alimentos após ver em algum anúncio de televisão. Já MONTEIRO, *et al* 2019, mostra que no seu estudo que as crianças de 2 a 5 anos tem maior risco de sobrepeso na variável peso/estatura, e as mesmas são as que possuem TV em seus quartos. Quanto a propaganda televisiva, foi possível verificar que 40,74 % (n=33) das crianças gostam de assisti-las, e se sentem influenciadas por elas.

No estudo feito por OLIVEIRA, *et al* 2016, destaca-se que os escolares que passam de 3 a 4 horas em frente à TV são os que mais costumam pedir aos pais um produto alimentício pelo brinde ou brinquedo, e que 67 (97,1%) solicitam a compra de alimentos por conta dos personagens.

Segundo MORAES, *et al* 2018, 70% dos estudantes relataram que tem o hábito de realizar as refeições frente à TV/Computador/Celular (34% meninas e 36%meninos). Já para MONTEZE, *et al* 2020, o número de horas diárias passadas em frente à televisão das crianças estudadas (três horas e 20 minutos) ultrapassaram as quantidades recomendadas pela Academia Americana de Pediatria (AAP, 2013).

ESTADO NUTRICIONAL

Segundo MELO, *et al* 2019, observou-se que ocorreu uma prevalência de peso adequado 69,3% (n=52), altura adequada 74,7% (n=56) e, em relação ao IMC, o excesso de peso apareceu em 48,1% (n=36) dos escolares dos quais, 22,7% (n=17) apresentaram sobrepeso, 14,7% (n=11) obesidade e 10,7% (n=8) obesidade grave. Segundo OLIVEIRA, *et al* 2016, foram identificados 59,42 em excesso de peso (n=41), 39,13% (n=27) eutrofos e, 1,45% (n=1) em magreza.

Segundo MORAES, *et al* 2018, ao ser avaliado o estado nutricional dos escolares 85% se encontra na faixa de eutrofia e dentre eles 83% do sexo feminino e 91% do sexo masculino. Portanto para o sexo feminino 7% estão em risco de obesidade e 10% diagnosticados com sobrepeso. Já em relação ao sexo masculino 9% dos meninos foram diagnosticados com sobrepeso e não houve caso de obesidade.

Já ALCANTARA, *et al* 2019, em relação ao estado nutricional das crianças através do IMC por idade, a maioria foi classificada como eutrofia 60%, 38,2% com excesso de peso e em relação estatura por idade 100% foi classificada adequada para a idade.

Segundo MONTEIRO, *et al* 2019, observou-se que as duas faixas etárias as crianças apresentaram um índice maior de eutrofia na variável IMC/idade, sendo importante destacar que as crianças de 2 a 5 anos apresentam também maior risco de sobrepeso em relação peso/estatura, e crianças que possuem televisão no quarto são as mesmas que estão com risco de sobrepeso.

No estudo de MONTEZE, *et al* 2020, 79 alunos apresentaram sobrepeso/obesidade, observa-se que crianças com peso elevado para idade permanecem mais tempo assistindo televisão, do que as com peso adequado para idade, sendo o resultado estatisticamente significativo.

CONCLUSÃO

Conclui-se que há influência da mídia televisiva nos hábitos alimentares das crianças. A publicidade interfere significativamente nas escolhas alimentares das crianças e conseqüentemente dos seus pais, tanto na mídia televisiva quanto na apresentação com personagens, brindes e brinquedos. Fazendo-se necessária uma maior abordagem sobre o tema discutido e a busca de uma maior conscientização de pais e crianças sobre a grande influência e os grandes malefícios que a mídia televisiva poderá acarretar na vida dessas pessoas.

REFERÊNCIAS

ALMEIDA RG. **Criança vê, criança imita: a publicidade e a construção dos hábitos alimentares.** Monografia (Publicidade e Propaganda), Universidade Católica de Brasília, Brasília, 2016; 27f. Acesso: 19 de junho de 2021.

ALCÂNTARA, F. B. *et al.* **A influência da mídia e publicidade na alimentação de escolares: o papel da educação alimentar.** Revista Eletrônica Acervo Saúde / Electronic Journal Collection Health. Vol.11(13). e1005. DOI: <https://doi.org/10.25248/reas.e1005.2019>. Acesso: 16 de Maio de 2021.

ENGLER, R.D.C.; Guimarães, L.H.; Lacerda, A.C.G. **Design e consumo: A influência da mídia sobre a obesidade infantil. Congresso Brasileiro de Pesquisa e Desenvolvimento de Design.** Belo Horizonte. Vol. 9. Num. 2. 2016.p.1-13. Acesso: 16 de Maio de 2021.

EMOND, J. A; SMITH, M.E; MATHUR, S.J.; SARGENT, J.D.; GILBERT-DIAMOND, D. **Children's Food and Beverage Promotion on Television to Parents. Pediatrics.** 2015, v.136, n. 6, dezembro 2015. Disponível em: <<http://pediatrics.aappublications.org/content/pediatrics/early/2015/11/04/peds.2015-2853.full.pdf>>. Acesso: 4 de Maio de 2021.

OLIVEIRA TS, POLL FA. **A influência da publicidade na alimentação de escolares e sua relação com o excesso de peso.** Cippus, 2017; 5(1): 29-38. Acesso: 19 de junho de 2021.

MORAES, D. M. *et al.* **Exposição a mídia e hábitos alimentares de adolescentes em uma escola privada de São Luis – MA.** Rev. Investig, Bioméd. São Luís, 10(2):165-171, 2018. Acesso: 16 de Maio de 2021.

MONTEIRO, J. *et al.* **Influência da mídia no perfil nutricional de crianças pré- escolares da cidade de Gaspar-SC.** Revista brasileira de obesidade, nutrição e emagrecimento. São Paulo. v. 14. n. 84. p.125-130. Jan./Fev. 2020. Acesso: 16 de Maio de 2021.

MELO, J. C. B. *et al.* **Influência da mídia no consumo de alimentos ultra processados e no estado nutricional de escolares.** Revista Eletrônica Acervo Saúde / Electronic Journal Collection Health. Vol.Sup.29. e1016. DOI: <https://doi.org/10.25248/reas.e1016.2019>. 2019. Acesso: 18 de Maio de 2021.

MONTEZE, N.M, et al. **Relação entre o tempo de assistir televisão e o estado nutricional de crianças.** REVISTA GEPESVIDA. número 15. Volume 6. 2020-2. ISBN: 2447-3545. 2/2020. Acesso: 17 de junho de 2021.

OLIVEIRA, T. S. et al. **Influência da publicidade na alimentação de escolares e sua relação com o excesso de peso.** REVISTA CIPPUS – UNILASALLE Canoas/RS ISSN: 2238-9032 v. 6 n. 1 maio/2016. Acesso: 16 de Maio de 2021.

PRODANOV, S. S. et al. **A influência da publicidade nos hábitos alimentares de crianças em idade escolar.** Revista conhecimento online, Novo Hamburgo, v. 1, 2016. Acesso: 04 de Maio de 2021.

PONTES, T. E. et al. **Orientações Nutricionais de crianças e adolescentes e os novos padrões de consumo: propagandas embalagens e rótulos.** Rev. Poul Pediatr, 2009, 27(1), p. 99-105. Disponível em: <http://www.saude.br/orientacao_nutricional_de_crianças_adolescentes_e_%20os_novos_padroes_de_consumo_2009.pdf>. Acesso: 16 de Maio de 2021.

SANTANA, M.K.L.; Oliveira, C.M.; Clemente, H.A. **Influência da publicidade de alimentos direcionada ao público infantil na formação de hábitos alimentares.** Revista Uni-RN. Vol. 14. Num. 1/2. 2015. p.1-12. Acesso: 16 de Maio de 2021.

SAMPAIO, I. S. V.; CAVALCANTE, A.P.P; ALCÂNTARA, A. L. **Mídia de chocolate: estudos sobre a relação infância, adolescência e comunicação.** Rio de Janeiro: E-pappers, 2006. Acesso: 16 de Maio de 2021.

ULHOA DRL, MARQUEZ DS. **A influência do marketing nutricional na obesidade infantil.** Revista Científica da Faculdade Atenas, 2013; 1(1): 1-20. Acesso: 16 de Maio de 2021.