

CENTRO PAULA SOUZA

Etec DR DEMÉTRIO AZEVEDO JUNIOR

**Ensino Médio com Habilitação Profissional de Técnico em Nutrição
Dietética**

Jhenifer Antônia Lopes Rabelo

Julia Emilly Gondin de Almeida

Marcelina Aparecida Torres

Maria Juliah Oliveira Silva

Yasmin Veiga Rosa

INFLUÊNCIA DAS MÍDIAS NA ALIMENTAÇÃO INFANTIL

Itapeva/SP

2022

Jhenifer Antônia Lopes Rabelo

Julia Emilly Gondin de Almeida

Marcelina Aparecida Torres

Maria Juliah Oliveira Silva

Yasmin Veiga Rosa

INFLUÊNCIA DAS MÍDIAS NA ALIMENTAÇÃO INFANTIL

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso Ensino Médio com Habilitação Profissional de Técnico em Nutrição Dietética da Etec Dr. Demétrio Azevedo Junior, orientado pela professora Maria Tereza Zanetti Rosa como requisito obrigatório para obtenção do título de Técnico em Nutrição Dietética

Itapeva/SP

2022

DEDICATÓRIA

Queremos dedicar este TCC aos nossos pais, que sempre nos apoiaram em todos os momentos, principalmente nos críticos.

Dedicamos este trabalho aos professores, que tiveram infinita paciência para nos ensinar. Foram momentos de aprendizagem inesquecíveis.

A todos os nossos colegas de curso: este trabalho também é dedicado a vocês. Agradecemos por toda a troca de informações e boa vontade em nos ajudar.

Dedicamos este projeto a Deus, pois sabemos que, sem Ele, não teríamos sequer iniciado esta pesquisa.

Dedicamos este TCC a nós mesmos. Modéstia à parte, fizemos o possível e o impossível para concretizá-lo.

AGRADECIMENTOS

Agradecemos a nossa professora, Maria Tereza Zanetti Rosa, por servir como orientadora e cumprir esse papel com dedicação e amizade.

Obrigado aos professores pela correção e orientação, com eles tivemos um melhor desempenho no processo de formação profissional de todo o curso. Por todos os conselhos, ajuda e paciência em orientar nossos estudos.

Durante esse tempo com nossos colegas de classe, experimentamos muito como resultado de nosso arranjo de vida próximo. Isso levou ao crescimento pessoal e educacional.

E por compartilharem tantos momentos de aprendizado e descoberta.

RESUMO

Entre as diversas formas de influência sobre as práticas alimentares provenientes do meio, a mídia, nas suas múltiplas formas, está entre aquelas que mais rapidamente estão assumindo papel central na socialização de crianças e jovens. Concomitantemente ao crescimento na variedade e na forma de acesso da mídia, há um crescimento na promoção de alimentos industrializados e bebidas prontas nos supermercados, influenciando negativamente a dieta e os estado de saúde das crianças. O objetivo é orientar os pais sobre os riscos e controversas na alimentação derivados da mídia nessa faixa etária. Pois ela influencia a escolha alimentar deles, por conta da ênfase que se dá aos alimentos ricos em sódio, gordura, açúcar e embutidos, que muitas vezes, oferece um brinquedo acoplado ao alimento, fazendo com que a criança e o adolescente passem a ter mais interesse pelo produto. Trata-se de uma pesquisa baseada em trabalhos e artigos referentes a alimentação de crianças e adolescentes que estão inseridas no meio das mídias e podem ser influenciadas a consumirem o que veem. Após a definição do tema foi feita busca em bases de dados virtuais, de 1995 a 2021. Depois da leitura dos materiais, foi possível identificar a visão de diversos autores a respeito da influência da mídia na alimentação infantil. Com isso foi criado um Instagram fechado para que as professoras pudessem ver nossas postagens criadas pelo grupo, para passar as informações aos pais sobre a alimentação. O conteúdo abrange temas como: O quanto a publicidade dirigida as crianças influenciam na sua alimentação, explicação do que é importante as crianças ingerirem em cada fase da vida e dicas de como oferecer a elas uma alimentação saudável.

Palavras-chave: Mídia. Crianças. Alimentação.

ABSTRACT

Among the various forms of influence on dietary practices from the environment, the media, in its multiple forms, is among those that are quickly assuming a central role in the socialization of children and young people. Concomitantly with the growth in the variety and form of media access, there is a growth in the promotion of processed foods and ready-to-eat drinks in supermarkets, negatively influencing the diet and health status of children. The objective is to guide parents about the risks and controversies in food derived from the media in this age group. Because it influences their food choice, due to the emphasis given to foods rich in sodium, fat, sugar and sausages, which often offers a toy attached to the food, causing the child and adolescent to have more interest in the product. This is a research based on works and articles referring to the nutrition of children and adolescents who are inserted in the media and can be influenced to consume what they see. After defining the theme, a search was made in virtual databases, from 1995 to 2021. After reading the materials, it was possible to identify the views of several authors regarding the influence of the media on infant feeding. so that the teachers could see our posts created by the group, to pass on information to parents about food. The content covers topics such as: How much does advertising aimed at children influence their diet, explanation of what is important for children to eat at each stage of life and tips on how to offer them healthy food.

Keywords: Media. Children. Foo

Sumário

1 INTRODUÇÃO	7
1.1 Objetivo.....	8
2 INFÂNCIA	9
2.1 Comportamento	9
2.2 Transformações na alimentação	11
2.3 Alimentação e influências.....	13
3 METODOLOGIA	15
4 RESULTADOS	16
5 CONCLUSÃO	21
REFERÊNCIAS	23

1 INTRODUÇÃO

Entre as diversas formas de influência sobre as práticas alimentares provenientes do meio, a mídia, nas suas múltiplas formas, está entre aquelas que mais rapidamente estão assumindo papel central na socialização de crianças e jovens. Concomitantemente ao crescimento na variedade e na forma de acesso da mídia, há um crescimento na promoção de alimentos industrializados e bebidas prontas nos supermercados, influenciando negativamente a dieta e os estado de saúde das crianças. (MOURA, 2010).

Porém, os meios de comunicação influenciam o consumo dos alimentos, pois a alimentação envolve tanto o desejo quanto a necessidade da criança. A quantidade de produtos destinados à criança tem seu apelo infantil exagerado, sendo uma estratégia utilizada pela mídia para lucrar mais com o público infantil (VARGAS, 2006).

Antes de sugerir a minimização dos efeitos midiáticos sobre as crianças, é necessário que os pais, em primeiro lugar, possam por conta própria, reduzir a quantidade de horas que a criança passe em aparelhos de TV, smartphones e tablets, instrumentos capazes de veicular livremente as propagandas sobre alimentação industrializada inadequada (MOURA, 2010).

A sua intenção explícita é a de estimular a aceitação e venda do produto anunciado. Ocorrem, contudo, alguns efeitos não pretendidos e altamente indesejáveis. Os comerciais de televisão podem se constituir em fonte de conflitos entre pais e filhos. Como mencionado anteriormente, os comerciais estimulam a criança a adotarem altos níveis de exigência em relação à aquisição de produtos que ela vê anunciados. As exigências infantis, quando não são atendidas, resultam em discussões e agressões verbais dirigidas aos pais. (MOURA, 2010).

Enquanto alguns defendem o veículo televisivo como meio de comunicação fundamental para a intensificação do aprendizado, das capacidades percepto motoras, da competência social e da tolerância, outros o criticam, pois acreditam que as crianças que veem muita televisão leem menos, brincam menos e sofrem mais frequentemente de obesidade do que as outras, além de diminuir a interação social, de estar vinculado ao consumismo infantil e de poder causar dependência (LEVY, 2010).

1.1 Objetivo

O objetivo é orientar os pais sobre os riscos e controversas na alimentação derivados da mídia nessa faixa etária. Pois ela influencia a escolha alimentar das crianças, por conta da ênfase que se dá aos alimentos ricos em sódio, gordura, açúcar e embutidos, que muitas vezes, oferece um brinquedo acoplado ao alimento, fazendo com que a criança e o adolescente passem a ter mais interesse pelo produto.

2 INFÂNCIA

2.1 Comportamento

O comportamento alimentar compõe um importante aspecto dos hábitos e estilos de vida que pode ser abordado a partir de evidências empíricas de diferentes teorias da psicologia. Além disso, o comportamento alimentar é um dos aspectos do estilo de vida que tem maior influência sobre o estado de saúde e doença, dessa forma, constitui um fator potencialmente relevante à qualidade de vida, construindo a prática de uma alimentação saudável, um componente motivacional essencial à manutenção do curso de vida dos indivíduos. (SILVA, 2021).

A infância é a fase da vida em que os hábitos alimentares se formam. Uma boa alimentação no período de 02 a 06 anos, pode-se levar para a vida toda, prevenindo doenças relacionadas (RAMOS, 2004).

Entende-se hábito como sendo um ato, uso e costume, ou um padrão de reação adquirido por frequente repetição da atividade (aprendizagem). Esse termo também pode ser aplicado, por generalização, a normas de comportamento. Assim, os alimentos ou tipo de alimentação que os indivíduos consomem rotineiramente e repetidamente no seu cotidiano caracterizam o seu hábito ou comportamento alimentar. No entanto, não é simplesmente a repetição do consumo do alimento que desenvolve o comportamento alimentar (STEIN e RAMOS,2010).

O comportamento consumista de crianças tem sido estudado no contexto da socialização do consumidor. Tal conceito foi definido por um dos primeiros pesquisadores do tema, Scott Ward, na década de 1970. Segundo esse autor, tratase de um processo em que a criança “adquire a capacidade, conhecimento e atitudes necessárias para se tornar consumidora: ser capaz de sentir vontades e preferências, procurar satisfazê-las, fazer uma escolha e uma compra e avaliar o produto e suas alternativas” (MOURA, 2010).

Alguns estudos demonstram a importância do contexto social na alimentação, uma vez que este afeta a experiência alimentar, influencia os padrões de alimentação, o desenvolvimento socioemocional da criança e a qualidade da relação pais-filhos. (STEIN e RAMOS,2010).

A família é responsável pela formação do comportamento alimentar da criança por meio da aprendizagem social, tendo os pais o papel de primeiros educadores

nutricionais. O contexto social adquire um papel preponderante no processo de aprendizagem, principalmente nas estratégias que os pais utilizam para a criança alimentar-se ou para aprender a comer alimentos específicos. Estas estratégias podem apresentar estímulos tanto adequados quanto inadequados na definição das preferências alimentares da criança. (MOURA, 2010).

2.2 Transformações na alimentação

A mudança do homem do campo para a cidade trouxe consequências negativas para a alimentação. As famílias diminuíram o consumo da famosa mistura brasileira do arroz com feijão, frutas, verduras e legumes e aumentaram a ingestão de gorduras, principalmente saturadas, além de alimentos refinados e pobres em fibras, e alimentos industrializados, ricos em gordura e açúcares, como é o caso do refrigerante, com alto teor de açúcar e nenhum nutriente (SOUZA, SCHITZ et al; 2007).

Entre os alimentos que tiveram sua participação reduzida encontram-se o arroz, os feijões, farinha de trigo e de mandioca, leite e açúcar, embora a participação do açúcar continue acima de 10% do total de calorias (BRASIL, 2010).

A refeição familiar é o contexto social no qual a criança tem oportunidade de comer com os irmãos, amigos e adultos que lhe servem de modelo e que dão atenção a sua alimentação, ora elogiando-a e encorajando-a a comer, ora chamando a atenção do seu comportamento à mesa. As evidências sugerem que os alimentos com baixa palatabilidade, como os vegetais, são oferecidos em contexto negativo, normalmente envolvendo coação para a criança comer. Ao contrário, os alimentos ricos em açúcar, gordura e sal são oferecidos em um contexto positivo, potencializando a preferência para estes alimentos. Frequentemente são esses os alimentos utilizados em festas e celebrações, ou como recompensa para a criança comer toda a refeição, em uma interação positiva, tornando-se assim os preferidos. (STEIN e RAMOS, 2010).

Evidencia-se a ocorrência de mudanças nos hábitos alimentares das crianças, sendo observada uma redução no consumo de cereais e carboidratos complexos, concomitante a um incremento no consumo de alimentos de origem animal, açúcar e alimentos refinados, o que caracteriza um padrão dietético denominado. Esse padrão reflete uma redução na ingestão de fibras e uma ingestão superior a 30% de energia proveniente de gordura (MONTEIRO, 1995).

A Pesquisa Nacional de Saúde do Escolar (PNSE), realizada pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), buscou caracterizar o consumo alimentar das crianças e adolescentes e constatou que cerca de 70% consumiam feijão, 31% consumiam hortaliças e frutas em cinco ou mais dias da semana, sendo considerados marcadores de alimentação saudável (IBGE 2009).

Em contrapartida, com relação aos marcadores de alimentação não saudável, isto é, guloseimas, refrigerantes, biscoitos, doces e frituras demonstrou-se um

consumo de cerca de 50% para as guloseimas e 37% para os refrigerantes em cinco ou mais dias na semana (IBGE, 2009).

As modificações ocorridas no padrão de alimentação das crianças são os principais responsáveis pelo perfil nutricional apresentado no Brasil e no mundo. As alterações relacionadas aos fatores dietéticos demonstram um aumento da ingestão energética, associadas tanto a alterações quantitativas quanto qualitativas da alimentação (MENDONÇA e ANJOS, 2004).

No Brasil, por exemplo, até a década de 1980, diferentemente de países altamente industrializados, era incomum se alimentar em ambientes públicos. Essa mudança cultural, decorrente das transformações econômicas, afetou principalmente o padrão de alimentação das crianças, jovens e adolescentes das gerações atuais, pois elas nasceram em uma sociedade industrializada e globalizada. Isso significa que essa população está mais suscetível aos valores de mercado do que as gerações antecedentes. (BITTARA e SOARES, 2020).

2.3 Alimentação e influências

Sabemos que os meios de comunicação criam hábitos e necessidades de consumo entre seus usuários, uma vez que expõem propagandas de alimentos e até mesmo informações contraditórias sobre dietas. Essa exposição aumenta o acesso das pessoas a informações nem sempre verdadeiras, ou adequadas às necessidades biopsicossociais de cada indivíduo ou grupo, gerando crenças, dúvidas, experimentações, expectativas, frustrações. Atualmente, observa-se, no Brasil e em outros países, debates sobre aspectos promotores de qualidade de vida, incluindo o papel da mídia no combate aos maus hábitos alimentares e os desafios envolvendo questões nutricionais com efeitos adversos, como desnutrição, sobrepeso e obesidade. (SILVA, 2021).

A alimentação de um indivíduo é construída com o passar do tempo e com a influência de alguns fatores, como cultura, ambiente familiar e social. Valores que são, inclusive, influenciados pela mídia, uma importante ferramenta que conduz as informações à população. Essa influência pode ser positiva ou negativa (MIOTO e OLIVEIRA, 2006).

Para a construção de hábitos alimentares saudáveis, não basta à preocupação com a ingestão de uma dieta equilibrada em termos de nutrientes, quantidade e formas de preparo dos alimentos. Para tanto, o comportamento alimentar do indivíduo deve ser considerado como um ato social inserido em um contexto cultural, como ensinam PHILIPPI e ALVARENGA (2004).

Pesquisadores têm verificado que esse problema está diretamente relacionado com o hábito de assistir televisão e inversamente relacionado com a prática de atividade física. Da mesma forma, o estudo de TAYLOR, EYERS e MCKENNA (LEVY, 2010), realizado no Canadá, aponta que a inatividade física e a má qualidade da dieta durante a infância, influenciada pela mídia, têm implicado o alto índice de sobrepeso infantil.

Segundo os dados do Atlas da Obesidade Infantil no Brasil, 30% das crianças entre 5 e 9 anos estão acima do peso e afere-se que em 2030 o Brasil ocupará a quinta posição entre os países com maior índice de obesidade infantil. Além disso, observou-se que de 170.714 crianças de 2 a 4 anos, 51% realizam as refeições em frente à TV (Brasil, 2019).

Meira (2003) acredita que a criança que assiste à televisão durante várias horas por dia é privada de oportunidades fundamentais para o seu desenvolvimento pleno, inclusive no tocante a sua alimentação.

Mendonça (2010) acredita que o excesso de tempo diante da televisão impede que as crianças desenvolvam noções mais concretas no campo nutricional, pois são facilmente influenciadas por produtos vinculados a personagens. Já existem atualmente algumas regulamentações acerca da restrição de veiculação de propagandas infantis, como por exemplo a Lei Municipal de Florianópolis nº 8985/2012, que vetou a oferta de brindes infantis juntamente com os alimentos comercializados pelas redes de fastfood, implicando em multas para aqueles que não cumprirem a Lei (LEIS MUNICIPAIS, 2012).

3 METODOLOGIA

Trata-se de uma pesquisa baseada em trabalhos e artigos referentes a alimentação de crianças e adolescentes que estão inseridas no meio das mídias e podem ser influenciadas a consumirem o que veem. Após a definição do tema foi feita busca em bases de dados virtuais, de a 2021. Depois da leitura dos materiais, foi possível identificar a visão de diversos autores a respeito da influência da mídia na alimentação infantil.

Com isso foi criado um Instagram fechado para que as professoras pudessem ver nossas postagens criadas pelo grupo, para passar as informações aos pais sobre a alimentação.

O conteúdo abrange temas como: O quanto a publicidade dirigida as crianças influenciam na sua alimentação, explicação do que é importante as crianças ingerirem em cada fase da vida e dicas de como oferecer a elas uma alimentação saudável.

4 RESULTADOS

Como resultado desse trabalho de conclusão de curso, criamos o protótipo de um perfil em rede social, o qual se aberto serviria como apoio aos pais e responsáveis para a educação alimentar de seus filhos, visando que as mídias são muito utilizadas por todas as faixas etárias.

A linguagem usada é simples para melhor entendimento, e com poucos termos técnicos além de contar com imagens, facilitando assim que as informações sejam aproveitadas ao máximo.

Figura 1- Como incentivar hábitos saudáveis na alimentação infantil?



Fonte: Das autoras, 2022. Link da foto: <https://images.app.goo.gl/nwmdiwmH9FiSnyHc7>

Figura 2- Três motivos para estabelecer horários para refeições.



Fonte: Das autoras, 2022. Link da foto: https://br.freepik.com/search?from=related-showmore&query=start+of+school+sales+girls+watch#from_view=detail_alsolike

Figura 3- Crianças e as telas.



Fonte: Das autoras, 2022. Link da foto:

<https://www.uol.com.br/vivabem/noticias/bbc/2022/03/24/como-uso-excessivo-de-celular-impactacerebro-da-crianca.amp.htm>

Figura 4- Você tem supervisionado seu filho?



Fonte: Das autoras, 2022. Link da foto: <https://www.dicasdemulher.com.br/quando-dar-um-celularpara-seu-filho>

Figura 5- A influência das mídias na alimentação infantil.



Fonte: Das autoras, 2022. Link da foto: <https://images.app.goo.gl/PzbhyunkbTZ2Pj9v8>

Figura 6- Infância: Onde nosso hábitos se formam.



Fonte: Das autoras, 2022.

Figura 7- Porque buscar um nutricionista infantil.



Fonte: Das autoras, 2022. Link da foto: <https://blog.portalpos.com.br/nutricionista-materno-infantil/>

Figura 8- Infância: Onde nossos hábitos se formam.



Fonte: Das autoras, 2022. Link da foto: <https://images.app.goo.gl/qvk494tGRvsvj3f8>

Figura 9- A publicidade dirigida ao público infantil.



Fonte: Das autoras, 2022. Link da foto: <https://images.app.goo.gl/JAB35e1oZibpjeK8>

5 CONCLUSÃO

A mídia tem um poder de influência grande na vida das pessoas, principalmente entre as crianças que estão em formação e são incapazes de processar as imagens fornecidas pela mídia. Elas usam a mídia como uma das fontes onde retiram material para organizar e interpretar suas experiências vividas, por isso é imprescindível à presença dos responsáveis, para que possa mostrar o outro lado da televisão, proporcionando uma análise crítica, o que acontece também no campo da alimentação.

Se alimentar de produtos vistos na mídia em geral pode acarretar sérios problemas na vida adulta, pois a mídia ensina que comer balas, biscoitos recheados e hambúrgueres são mais interessantes que consumir frutas, verduras e legumes.

A grande ingestão desses tipos de alimentos industrializados apresenta grande valor calórico, excesso de açúcar e sal, no qual, são a causa do aumento do número de jovens e crianças obesos, hipertensos e diabéticos.

Observou-se que é grande a influência que o marketing exerce no comportamento alimentar de crianças e adolescentes bem como o tempo gasto com a televisão e jogos eletrônicos. Visando alterar esse panorama é fundamental que os pais acompanhem de perto o que os seus filhos assistem bem como o tempo gasto em frente da televisão.

Assim, vale ressaltar que a grande rede midiática voltada para esses produtos é a que contribui mais fortemente para a divulgação desses alimentos que prejudicam a saúde da criança. A falta de incentivo às crianças para o consumo de frutas, verduras, tubérculos e legumes faz com que a criança apresente resistência ao consumo desses alimentos de alto poder nutricional.

Então é necessário a redução da veiculação de propagandas que incentivem o consumo exacerbado de alimentos pobres em nutrientes e vitaminas e "ricos" em diversão, açúcares, gorduras e sódio, para que as crianças brasileiras não sejam persuadidas e iludidas pelo alimento industrializado ofertado, podendo assim, oportunizar o consumo de alimentos naturais e minimamente processados, proporcionando maior qualidade de vida.

As redes sociais como são um veículo utilizado por 59% das pessoas hoje em dia, são ferramentas importantes para a orientação nutricional desde que feitas por profissionais habilitados, para que não haja danos aos indivíduos.

REFERÊNCIAS

BRASIL. IBGE - Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. Pesquisa de orçamentos familiares 2008-2009: antropométrica e estado nutricional de crianças, adolescentes e adultos no Brasil. Rio de Janeiro, 2010. Disponível em: <https://biblioteca.ibge.gov.br/biblioteca-catalogo?id=245419&view=detalhes>. Acesso em :13/05/22

BRASIL. IBGE - Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. Pesquisa de orçamentos familiares 2008-2009: antropométrica e estado nutricional de crianças, adolescentes e adultos no Brasil. Rio de Janeiro, 2010. Disponível em :<https://biblioteca.ibge.gov.br/biblioteca-catalogo?id=245419&view=detalhes>. Acesso em :20/05/22

BITTARA C , SOARES A. Mídia e comportamento alimentar na adolescência, 2020. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/cadbto/a/mfTpzZ6F3YhywBGx5tVLkgx/>. Acesso em: 12/08/22

BRASIL, Ministério da Saúde (2019), Atlas da Obesidade Infantil. Ministério da Saúde. Disponível em: http://bvsmms.saude.gov.br/bvs/publicacoes/guia_alimentar_popuacao. Acesso em: 09/09/22

CAMARGO Akemi, et al. Influência da televisão na prevalência de obesidade infantil em Ponta Grossa, Paraná, 2007. Disponível em: <https://periodicos.uem.br/ojs/index.php/CiencCuidSaude/article/view/3990>. Acesso em: 25/03/22

LEVY, Renata, et al. Consumo e comportamento alimentar entre adolescentes brasileiros: Pesquisa Nacional de Saúde do Escolar (PeNSE), 2009. Disponível em: https://scholar.google.com.br/scholar?hl=pt-BR&as_sdt=0%2C5&q=LEVY%2C+2010%29&oq=#d=gs_qabs&t=1667922407385&u=%23p%3D6i2pmADxpQIJ. Acesso em :08/04/22

MOURA, Neila, Influência da mídia no comportamento alimentar de crianças e adolescentes, 2010. Disponível em [:https://periodicos.sbu.unicamp.br/ojs/index.php/san/article/download/8634805/2724/3813](https://periodicos.sbu.unicamp.br/ojs/index.php/san/article/download/8634805/2724/3813). Acesso em :25/03/22

MENDONÇA C. Prevalência de sobrepeso e obesidade em crianças e adolescentes da cidade de Maceió. Revista da Associação Médica Brasileira, 2010;56(2):192-196. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/ramb/a/f4mvCgBWvcTPbdW6j58bkMC/abstract/?lang=pt> . Acesso em: 07/10/22

MONTEIRO, Carlos, A dimensão da pobreza, da fome e da desnutrição no Brasil, 1995. Disponível em:

<https://www.scielo.br/j/ea/a/Wj95dvtydmmZ9gmpWsH35rp/?lang=pt>. Acesso em :20/05/22

MENDONÇA C, ANJOS LA. Aspectos das práticas alimentares e da atividade física como determinantes do crescimento do sobrepeso/obesidade no Brasil. Cadernos de Saúde Pública, 2004;20(3):698-709. Disponível em:

<https://www.scielo.br/j/csp/a/RBfKzCkzfr8pqYK5Lfq3whN/abstract/?lang=pt>. Acesso em: 17/06/22

MIOTTO AC, OLIVEIRA, F. A influência da mídia nos hábitos alimentares de crianças de baixa renda do projeto nutrir. Revista Ciência de Saúde Coletiva, 2006. Disponível em:

https://scholar.google.com.br/scholar?hl=pt-BR&as_sdt=0%2C5&q=Miotto+AC%2C+Oliveira%2C+F.+A+influ%C3%Aancia+da+m%C3%ADdia+nos+h%C3%A1bitos+alimentares+de+crian%C3%A7as+de+baixa+renda+do+projeto+nutrir.+Revista+Ci%C3%Aancia+de+Sa%C3%BAde+Coletiva%2C+2006.&btnG=#d=gs_qabs&t=1667951713997&u=%23p%3DCQaioaf6l4UJ. Acesso em: 12/08/22

MEIRA AM. Benjamin, os brinquedos e a infância contemporânea. Psicologia e Sociedade, 2003;15(2):74-87. Disponível em:

<https://www.scielo.br/j/psoc/a/fZsqCqdWF6HRgsKqtvBDD5d/abstract/?lang=pt> . Acesso em: 16/09/22

PHILIPPI ST, ALVARENGA M. Transtornos alimentares: uma visão nutricional.

Barueri: Editora Manole, 2004. Disponível em:

https://scholar.google.com.br/scholar?hl=pt-BR&as_sdt=0%2C5&q=PHILIPPI+ST%2C+ALVARENGA+M.+Transtornos+alimentares%3A+uma+vis%C3%A3o+nutricional.+Barueri%3A+Editora+Manole%2C+2004&btnG=#d=gs_qabs&t=1667952061231&u=%23p%3DBiqiJ35b0mEJ. Acesso em:

em:

19/08/22

RAMOS Maurem, et al, Desenvolvimento do comportamento alimentar infantil. Jornal de pediatria. 2004;76. Disponível em:

https://scholar.google.com.br/scholar?hl=ptBR&as_sdt=0%2C5&q=Desenvolvimento+do+comportamento+alimentar+infantil.&btnG=#d=gs_qabs&t=1667924201057&u=%23p%3DsOHG4-Tv6PYJ. Acesso em:

22/04/22

RAMOS, Carla, et al. Fatores de risco que contribuem para o envenenamento infantil, Disponível em : https://scholar.google.com.br/scholar?hl=pt-BR&as_sdt=0%2C5&q=STEIN+e+RAMOS%2C+2010%29.&btnG=#d=gs_qabs&t=1667924497435&u=%23p%3DNgbKR9C3M_IJ. Acesso em: 22/04/22

SILVA, Jessica, A influência das mídias sociais sobre o comportamento alimentar: uma revisão,2021. Disponível em: https://scholar.google.com.br/scholar?hl=ptBR&as_sdt=0%2C5&q=A+influ%C3%AAncia+das+m%C3%ADdias+sociais+sobre+o+comportamento+alimentar%3A+uma+revis%C3%A3o+&btnG=#d=gs_qabs&t=1667922825123&u=%23p%3DJnX1NoHc20oJ. Acesso em :08/04/22

VARGAS RM. Publicidade televisiva de alimentos e obesidade infantil, LILACS 2006, disponível em: <https://bdm.unb.br/handle/10483/479>. Acesso em :08/04/22