



FUNDAÇÃO EDUCACIONAL DE FERNANDÓPOLIS
FACULDADES INTEGRADAS DE FERNANDÓPOLIS

CAMILA RODRIGUES SANTANA

LETICIA ANIELE PECCININ

INFLUÊNCIA DA PUBLICIDADE NA ALIMENTAÇÃO INFANTIL

FERNANDÓPOLIS-SP

2022

CAMILA RODRIGUES SANTANA
LETICIA ANIELE PECCININ

INFLUÊNCIA DA PUBLICIDADE NA ALIMENTAÇÃO INFANTIL

Trabalho de conclusão de curso apresentado à
Fundação Educacional de Fernandópolis como
requisito parcial para obtenção de título de
bacharel em Nutrição.

Orientadora: Prof.^aMs. Ana Carolina Bom
Camargo

FERNANDÓPOLIS-SP

2022

INFLUÊNCIA DA PUBLICIDADE NA ALIMENTAÇÃO INFANTIL

CAMILA RODRIGUES SANTANA

LETICIA ANIELE PECCININ

Trabalho de conclusão de curso apresentado como quesito parcial para a obtenção do título bacharel em nutrição apresentado na Fundação Educacional de Fernandópolis sob orientação da Prof.^a Ms. Ana Carolina Bom Camargo.

Aprovado em ____/____/2022

Examinadores:

Prof.^a Ms. Ana Carolina Bom Camargo
Mestre em Ciência e Tecnologia de Alimentos
Docente da Fundação Educacional de Fernandópolis - FEF

Prof.^a Ms. Fabiana Perina Martins
Mestre em Saúde da Criança e do Adolescente
Docente da Fundação Educacional de Fernandópolis - FEF

AGRADECIMENTOS

Somos gratas á Deus, que encheu nossos corações de luz e contribuiu para a nossa cumplicidade. Nos deu força e coragem para vencermos os obstáculos e dificuldades enfrentadas durante o curso. Sem ele, nada disso seria possível.

Agradecemos aos familiares e amigos, que nunca negaram palavras de força, incentivo e otimismo ao longa da nossa jornada acadêmica. E aos nossos namorados, que foram grandes incentivadores, que se desdoblaram em esforços para nos ajudar.

Obrigada a todos os professores que contribuiu com a nossa trajetória, especialmente Ana Carolina Bom Camargo, responsável pela orientação do nosso trabalho. Obrigada por esclarecer tantas dúvidas e ser tão atenciosa e paciente.

RESUMO

A publicidade voltada ao público infantil conta com atrativos para seduzir este consumidor, o aumento do consumo desses alimentos não saudáveis tem como ligação a praticidade e sensação de prazer, visto que o consumidor é influenciável nas relações de consumo, devido as estratégias do mercado publicitário para despertar o interesse do público infantil, como, efeitos especiais, desenhos com personagens fictícios, cores atraentes, brindes entre outros. Este trabalho foi desenvolvido na forma de revisão da literatura, onde a coleta de informações foi realizada através de buscas eletrônicas por meio do uso de base de dados como: SciELO, e Google Acadêmico, através das palavras chaves: publicidade infantil, alimentação, criança e produtos industrializados. Dados publicados pela (OMS) e pela (FAO) mostrou que o marketing de alimentos de alta densidade energética (fastfood) pode ser considerado uma causa do aumento do sobrepeso e obesidade entre o público infantil. Diferente do que muitos pensam, a obesidade não se trata apenas de quantidade e qualidade dos alimentos ingeridos, mas também de fatores endógenos, como a própria genética e histórico familiar. A alimentação da criança deve ser composta por comida de verdade, isto é, refeições feitas com alimentos in natura ou minimamente processados de diferentes grupos (por exemplo, feijões, cereais, raízes e tubérculos, frutas, legumes e verduras, carnes)". A má alimentação pode provocar tanto consequências de curto prazo como a obesidade infantil, quanto consequências de longo prazo como diabetes e hipertensão arterial. Sendo assim, se faz necessário a implementação de programas educacionais para mostrar ao público infantil a importância de uma alimentação saudável. Propagandas com variedades de doces, salgadinhos, lanches, bebidas lácteas e açucaradas, são repletas de recursos visuais atrativos ao público infantil, que ainda em formação é facilmente influenciado e começa a "desejar" a posse desses industrializados. O presente estudo identificou as influências dos meios de comunicação nos hábitos alimentares e no estilo de vida das crianças, uma vez que os programas apresentados divulgam produtos alimentícios utilizando ferramentas atrativas à faixa etária como desenhos, músicas e brincadeiras. É necessário reforçar a importância da educação e percepção de saúde na família e na escola em relação à formação dos hábitos alimentares saudáveis, bem como de proporcionar atividades recreativas para evitar o consumo de alimentos fontes de gorduras e açúcares estimulados pela mídia.

Palavras-chave: Alimentação infantil; Propaganda; Marketing; Introdução alimentar; Saúde.

ABSTRACT

Advertising aimed at children has attractions to seduce this consumer, the increased consumption of these unhealthy foods is linked to practicality and a feeling of pleasure, since the consumer is influenced in consumer relations, due to the strategies of the advertising market to arouse the interest of children, such as special effects, drawings with fictional characters, attractive colors, gifts, among others. This work was developed in the form of a literature review, where the collection of information was carried out through electronic searches through the use of databases such as: Scielo, and Google Scholar, through the keywords: children's advertising, food, child and industrialized products. Data published by the (WHO) and the (FAO) showed that the marketing of high energy density foods (fast food) can be considered a cause of the increase in overweight and obesity among children. Contrary to what many people think, obesity is not just about the quantity and quality of food eaten, but also about endogenous factors, such as genetics and family history. The child's diet should consist of real food, that is, meals made with natural or minimally processed foods from different groups (for example, beans, cereals, roots and tubers, fruits, vegetables and greens, meat)". poor diet can cause both short-term consequences such as childhood obesity, and long-term consequences such as diabetes and high blood pressure. Therefore, it is necessary to implement educational programs to show children the importance of healthy eating. varieties of sweets, snacks, milky and sugary drinks, are full of attractive visual resources for children, who are still in formation and are easily influenced and begin to "desire" to possess these industrialized products. The present study identified the influences of the means of communication on children's eating habits and lifestyle, since the programs presented disclose food products using tools that are attractive to the age group, such as drawings, songs and games. It is necessary to reinforce the importance of education and perception of health in the family and at school in relation to the formation of healthy eating habits, as well as providing recreational activities to avoid the consumption of food sources of fats and sugars encouraged by the media.

Keywords: Infant feeding; Advertising; Marketing; Food introduction; Health.

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	8
2	METODOLOGIA	9
3	RESULTADOS E DISCUSSÃO	9
3.1	OBESIDADE INFANTIL	9
3.2	ASSOCIAÇÃO DO CONSUMO DE ALIMENTOS INDUSTRIALIZADOS E OBESIDADE.....	11
3.3	INFLUÊNCIA DA MÍDIA DIGITAL NO CONSUMO ALIMENTAR.....	12
4	CONCLUSÃO	14
	REFERÊNCIAS	15

1 INTRODUÇÃO

Nos últimos anos, com a expansão da era tecnológica, o marketing direcionado a alimentos industrializados e fast food, vem causando mudanças drásticas nos hábitos alimentares dos brasileiros, afetando sua saúde física e mental dos indivíduos. (KART; HUBSCHER; MURA, 2007).

Os dados epidemiológicos da UNICEF de 2020 mostram que 31% das famílias com crianças e adolescentes, passaram a consumir mais alimentos industrializados. Um Estudo Nacional de Alimentação e Nutrição Infantil mostraram que a prevalência do consumo de alimentos ultra processados chegou a 93% entre crianças de 24 a 59 meses e 80,5% entre crianças de 6 a 23 meses” (BRAUN, mar 2022, BBC).

Pesquisas realizadas pelo Ministério da Saúde em 2021, estimam que 6,4 milhões de crianças tem excesso de peso no Brasil e 3,1 milhões já evoluíram para obesidade. Na região de São José do Rio Preto, interior de São Paulo mais precisamente em Ribeirão Preto, foram avaliadas 169 crianças, na faixa etária entre 6 e 9 anos, identificando 18,3% de sobrepeso e 15,9% obesidade nas crianças. (SILVA G. P. *et al.*, 2021).

Sabendo-se da relação que existe entre o consumo exagerado de alimentos industrializados e obesidade, pode-se observar comportamentos compulsivos relacionados a alimentação causados por alterações nos hormônios do prazer, como a dopamina. “As crianças passaram a ter contato com alimentos industrializados e hipercalóricos, e se afastaram das frutas e de outros alimentos naturais e saudáveis.” (UNIMED, 2018).

O aumento do consumo desses alimentos tem como ligação a praticidade e sensação de prazer, visto que o consumidor é influenciável nas relações de consumo, devido as estratégias do mercado publicitário para despertar o interesse do público infantil, como, efeitos especiais, desenhos com personagens fictícios, cores atraentes, brindes entre outros.

Por exemplo, uma pessoa pode não necessariamente desejar consumir alguma coisa em determinado momento, mas se houver um estímulo, como uma propaganda ou mesmo um estímulo sutil como um cheiro, ela pode passar a desejar. Assim, há muito mais em jogo no processo decisório dentro da mente de um indivíduo que sua necessidade básica. (KISTLER A S, nov 2021, p.21-22).

A obesidade infantil pode estar relacionada ao desenvolvimento de doenças crônicas não transmissíveis, como hipertensão arterial, dislipidemias, diabetes entre outras doenças. O

Ministério da Saúde e a Organização Panamericana de Saúde (OPAS/OMS) mostram que as crianças brasileiras que tem obesidade, 2,6% já apresentaram a Síndrome Metabólica, desencadeando – se, mais de duas doenças crônicas (UNIFESP,2022).

O tratamento pode ser farmacológico e nutricional, cuidados devem ser tomados, com o acompanhamento de uma equipe multidisciplinar, por meio da educação alimentar, terapia psicológica e uso de medicamentos adequados (BIOTEC, 2021).

Levando-se em consideração as justificativas anteriores, este trabalho tem como objetivo analisar o consumo excessivo de produtos industrializados, derivados da necessidade de satisfação causada pelo estímulo das mídias sociais e servir como instrumento de alerta para os pais e responsáveis que influenciam diretamente na alimentação das crianças desde o início da vida, buscando evitar doenças e adotando um estilo de vida saudável.

2 METODOLOGIA

Este trabalho foi desenvolvido através de levantamento bibliográfico por meio de leituras, pesquisas, compilações e transcrições textuais de autores nacionais e internacionais, obtidos por meio de artigos de revistas científicas especializadas e de conteúdo confiável, que abordam os temas relacionados à nutrição e publicidade infantil.

3 RESULTADOS E DISCUSSÃO

3.1 OBESIDADE INFANTIL

De acordo com a Organização Mundial da Saúde (OMS), obesidade é definido por uma doença crônica que tem como diagnóstico o excesso de gordura corporal, em quantidade que determine prejuízos à saúde e, essa doença, foi classificada no grupo das Doenças e Agravos Não-Transmissíveis (DANTs).

Como forma de diagnóstico, é calculado o IMC (Índice de massa corporal), utilizando a altura e o peso do indivíduo ($\text{peso}/\text{altura}^2$). Uma pessoa é considerada obesa quando seu IMC é maior ou igual a 30 e a faixa de peso normal varia entre 18,5 e 24,9. Os indivíduos que possuem IMC entre 25 e 29,9 são diagnosticados com sobrepeso (BBC NEWS, 2018).

É importante destacar que a obesidade infantil é diferente do adulto, a forma de diagnóstico não é realizada apenas pelo IMC, por isso, foi criada uma tabela que classifica os resultados de indivíduos de 0 a 19 anos, identificando o peso ideal para cada um com o cálculo do IMC por idade, sexo e por estatura.

Considera-se sobrepeso crianças que apresentam IMC entre as curvas +1 e +2. E elas são classificadas obesas quando estão entre as curvas +2 e +3. Acima do +3 é obesidade grave. Outros métodos complementares para avaliação do excesso de gordura corporal são as medidas das pregas cutâneas (da pele) e da circunferência abdominal. (UFMG, 2018)

Diferente do que muitos pensam, a obesidade não se trata apenas de quantidade e qualidade dos alimentos ingeridos, mas também de fatores endógenos, como a própria genética e histórico familiar. Segundo Mello, Luft e Meyer cerca de (5%) dos casos, são predispostos.

Segundo Costa, Flavia (2021) “a obesidade resulta de uma combinação de fatores hereditários, como a predisposição genética, combinados com uma dieta rica em gorduras e açúcares e pouca atividade física, levando ao acúmulo de gordura no corpo”

Já o Ministério da Saúde (REDAÇÃO, 2020.) preconiza que é possível observar o aumento do índice de obesidade infantil os números se tornam preocupantes por toda a população, visto que aproximadamente 33% das crianças entre 5 e 9 anos estão acima do peso, o que equivale a um aumento de 110% no percentual de pessoas obesas no país, além dos problemas futuros relacionados a essa condição.

Dessa forma, pensando na alimentação saudável e adequada, o Fundo Nacional de Desenvolvimento da Educação (FNDE) atualizou as normas da Resolução nº 6/2020, do PNAE (Programa Nacional de Alimentação Escolar), garantindo a proibição de ultra processados, embutidos, açúcares, chocolate em pó, incluindo alimentos naturais e diversificados.

As escolas já adotaram esses costumes e a maioria, (95,7%) dos alunos afirmou consumir a refeição oferecida pela escola diariamente no intervalo escolar (MOTA; MASTROENI e MASTROENI, 2022).

"A alimentação da criança deve ser composta por comida de verdade, isto é, refeições feitas com alimentos in natura ou minimamente processados de diferentes grupos (por exemplo, feijões, cereais, raízes e tubérculos, frutas, legumes e verduras, carnes)". (Guia alimentar para crianças brasileiras, 2019).

Mesmo com as atitudes tomadas pelo estado, é importante ressaltar a necessidade dos pais e tutores se aliarem a essa causa, visto que os gráficos continuam crescentes conforme informado.

3.2 ASSOCIAÇÃO DO CONSUMO DE ALIMENTOS INDUSTRIALIZADOS E OBESIDADE

Os primeiros anos de vida são essenciais para o estímulo e a adoção de hábitos alimentares saudáveis e para prevenção de doenças crônicas nas próximas fases da vida, já que as práticas desses hábitos tendem a perdurar até a vida adulta. Durante a construção dos hábitos alimentares os familiares têm grande influência tendo em vista que os filhos se espelham nos hábitos dos pais, sendo assim, os bons hábitos devem começar por eles, pois se manterem uma alimentação inadequada dificilmente irão estabelecer uma alimentação adequada para seus filhos (GIESTA *et al.*, 2019).

De acordo com a POF (Pesquisa de Orçamentos Familiares), os dados indicam que o consumo de frutas, legumes e verduras das crianças brasileiras está abaixo das recomendações vigentes e ainda, apresentam consumo elevado de alimentos industrializados, como embutidos, bebidas com adição de açúcar, biscoitos e salgados (OLIVEIRA *et al.*, 2017).

Estes fatores reforçam a substituição de alimentos in natura ou minimamente processados, por alimentos industrializados e/ou refeições feitas fora de casa, devido à sua praticidade e limitação de tempo. Por esse motivo, as crianças são induzidas cada vez mais cedo a uma alimentação desequilibrada, pobre em nutrientes e excessiva em calorias. Esse novo modelo de refeição industrializada, tem sua composição formada basicamente por açúcar, sódio, conservantes, carboidratos simples e gorduras hidrogenadas (CECCATTO *et al.*, 2018).

Sabendo da influência da alimentação na morbimortalidade infantil, é necessário enfatizar a importância da alimentação saudável para lactantes e crianças que estão na primeira infância (EINLOFT; COTTA; ARAÚJO, 2018).

A má alimentação na infância pode provocar tanto consequências de curto prazo como a obesidade infantil, quanto consequências de longo prazo como diabetes e hipertensão arterial. Sendo assim, se faz necessário a implementação de programas educacionais para mostrar ao público infantil a importância de uma alimentação saudável (REZENDE *et al.*, 2020).

O avanço da obesidade está fortemente ligado à alteração do consumo alimentar e da insuficiente prática de atividade física. A obesidade infantil vem sendo considerada uma epidemia mundial e uma doença crônica que está crescendo de uma maneira absurda. E segundo a Organização Mundial de Saúde, uma em cada dez crianças no mundo é obesa, o

que corresponde a cerca de cento e cinquenta e cinco milhões de crianças (MENESES *etal.*, 2019).

Um estudo encomendado pelo Ministério da Saúde mostrou que uma em cada 10 crianças brasileiras de até 5 anos está com o peso acima do ideal: são 7% com sobrepeso e 3% já com obesidade. O Estudo Nacional de Alimentação e Nutrição Infantil, coordenado pelo Instituto de Nutrição Josué de Castro, da Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ), indica ainda que um quinto das crianças (18,6%) na mesma faixa etária estão em uma zona de risco de sobrepeso. Os dados soaram um alerta para a comunidade médica, que já monitorava outras pesquisas sobre excesso de peso na infância. A mais recente delas, divulgada pelo Ministério da Saúde em 2021, estima que 6,4 milhões de crianças têm excesso de peso no Brasil e 3,1 milhões já evoluíram para obesidade (ENANI, 2019).

A obesidade é considerada uma pandemia e está diretamente relacionada com diversas doenças crônicas não transmissíveis, que trazem complicações para a vida do indivíduo a curto e longo prazo e vale ressaltar que, o consumo exagerado de alimentos com alta densidade calórica e pobres em nutrientes, associado ao sedentarismo, está relacionado com a patologia.

Sendo assim, é necessário implementar programas de Saúde Pública efetivos que promovam práticas alimentares adequadas a fim de reduzir o desenvolvimento da obesidade infantil e das doenças crônicas, e, como consequência, melhorar a qualidade de vida.

3.3 INFLUÊNCIA DA MÍDIA DIGITAL NO CONSUMO ALIMENTAR

Atualmente o mundo digital vem se expandindo e o conceito de aplicação digital no Brasil, teve altos índices nos últimos 20 anos, “impulsionando diversos negócios nas mais diversas áreas de atuação” (HOTMART, 2020).

A mídia digital se tornou um veículo de comunicação muito expressivo e influenciador, ao utilizar, fotos, vídeos, e conteúdos rápidos que trabalham cores, sons, sugestões de produtos e ou serviços.

Em rigor, o termo “mídia digital” está atrelado ao seu sentido técnico, que engloba todos os recursos, veículos e equipamentos que trabalham a partir da tecnologia digital. Nesse contexto, a mídia digital pode ser um computador, celular (smartphone ou não), discos compactos, televisão digital, e-books, conteúdo online e outros (ABREU L, 2019).

A importância do estudo atual é identificar o principal responsável pelo aumento do consumo das mídias digitais nas famílias, principalmente em crianças de 0 a 17. De acordo

com pesquisa realizado pelo portal de notícias brasileiro(G1), 70% dos pais brasileiros perceberam um aumento no consumo de vídeos por parte das crianças e deles mesmos através de aparelhos smartphones e tablets e nove a cada dez acreditam que as transformações nas rotinas das casas vieram para ficar. É importante destacar a relação das mídias direcionadas aos alimentos industrializados, são expostos inúmeros anúncios por todos os meios de comunicações, influenciando diretamente na compra e no consumo excessivo deles, estimulando drasticamente as mudanças alimentares dos indivíduos (SILVA V H, 2022).

Propagandas com variedades de doces, salgadinhos, lanches, bebidas lácteas e açucaradas, são repletas de recursos visuais atrativos ao público infantil, que ainda em formação é facilmente influenciado e começa a “desejar” a posse desses industrializados.

Sabe-se que basta apenas uma exposição de 30 segundos a comerciais de TV para que ela influencie a compra de um determinado produto, assim sendo, a maioria dos anúncios publicitários tem esse período de duração, pois não precisam de um tempo maior para que as pessoas se sintam atraídas (SANTOS *et al.*, 2010).

Segundo a pesquisa TIC KIDS aprovada pela UNICEF, 93% dos brasileiros com idades entre 9 e 17 anos são usuários de internet, o que corresponde a 22,3 milhões de crianças e adolescentes conectados. (TIC KIDS, 2022)

Com tantas possibilidades os alimentos naturais são cada vez menos solicitados por todo o público, principalmente o infantil, que por ainda estar em formação, se torna vulnerável aos recursos áudio visuais utilizados e infelizmente sofrem com as consequências desde cedo, como diabetes, hipertensão, colesterol, obesidade infantil, entre outros.

“Algumas das vias neurológicas envolvidas na obtenção de prazer são comuns aos alimentos industrializados. Comidas ricas em gordura, açúcar e sal ativam essas vias” (SEGAL A, 2021).

A sensação de prazer se torna genuína, assim como os malefícios envolvidos no alto consumo desses alimentos. O artigo em questão tem como objetivo entregar de forma clara essa informação e influenciar os pais e tutores sobre a importância de conscientizar a utilização das mídias digitais e regerar a alimentação dos mesmos e dos seus filhos.

4 CONCLUSÃO

Conclui-se que, diante aos dados apresentados, é necessário a conscientização por parte dos pais e responsáveis de que a diminuição do uso de smartphones e televisão é importante na formação dos indivíduos. Desde cedo as crianças aprendem com seus tutores e iniciam seu desenvolvimento de paladar e gostos.

O principal objetivo é alertar como as mídias sociais influenciam diretamente na má alimentação e no consumo excessivo de industrializados, mostrando assim, os inúmeros malefícios que uma alimentação rica em gordura, açúcar e sódio, podem causar.

A partir das orientações, fica explícito a necessidade de mudança dentro das casas em questões digitais e nutricionais, visando o enriquecimento pessoal de cada um dos indivíduos.

Além dessas, são necessárias interações junto a uma equipe multidisciplinar, com programas de saúde pública, educação nutricional nas escolas, palestras, brincadeiras com adequação da alimentação saudável, assim como as mudanças dos hábitos dentro de casa, impedindo o desenvolvimento da obesidade e doenças crônicas, consequentemente melhorando a qualidade de vida das crianças.

REFERÊNCIAS

ABREU, L. **O que são mídias digitais, quais os tipos, benefícios e como fazer seu planejamento**, 14 abr. 2019. Disponível em: <<https://rockcontent.com/br/blog/midia-digital/>> Acessado em: 01 de out. 2022.

Assessoria de comunicação FNDE. **FNDE atualiza normas do Programa nacional de alimentação escolar**, 12 mai. 2020. Disponível em: <<https://www.fnde.gov.br/index.php/acao-a-informacao/institucional/area-de-imprensa/noticias/item/13514-fnde-atualiza-normas-do-programa-nacional-de-alimenta%C3%A7%C3%A3o-escolar>> Acessado em: 05 de ago. 2022.

BBC NEWS BRASIL. **Obesidade infantil: as razões por trás do aumento de peso entre as crianças brasileiras**, Disponível em: <https://www.bbc.com/portuguese/brasil-60796823>> Acessado em: 21 de mar. 2022.

BBC NEWS BRASIL. **IMC: Qual é seu Índice de Massa Corporal e o que isso significa para sua saúde?** Disponível em: <<https://www.bbc.com/portuguese/geral-46311722>> Acessado em: 02 de set. 2022.

BIOTEC. **Prevenção e Tratamento de Doenças Crônicas Não Transmissíveis**. Disponível em: <<https://www.biotecdermo.com.br/prevencao-e-tratamento-de-doencas-cronicas-nao-transmissiveis/#:~:text=Os%20cuidados%20podem%20ser%20tomados,importantes%20coadjuvantes%20contra%20as%20DCNTs.>> Acessado em: 16 de jun. 2022.

BOTELHO, E. G., SOARES, W. D. e FINELLI, L. (2019). **Hábitos alimentares em crianças e sua associação com obesidade e sobrepeso**. Recital Revista de Educação, Ciência e Tecnologia de Almenara/MG, 1(1), 24-36.

BRAUN, J. **Obesidade infantil: as razões por trás do aumento de peso entre as crianças brasileiras**, 02 mar. 2022. Disponível em: <<https://www.uol.com.br/vivabem/noticias/bbc/2022/03/21/obesidade-infantil-as-razoes-por-tras-do-aumento-de-peso-entre-as-criancas-brasileiras.htm>> Acessado em: 23 de mar. 2022.

CECCATTO, D.; SPINELLI, R. B.; ZANARDO, V. P. S.; RIBERIO L. A.; e ERECHIM, U. R. I. (2018). **A influência da mídia no consumo alimentar infantil: uma revisão da literatura**. CONSELHO EDITORIAL, 140. Recuperado de: http://www.uricer.edu.br/site/pdfs/perspectiva/157_700.pdf.

COSTA, F. **10 principais causas da obesidade e como combater**, ago. 2021. Disponível em: <<https://www.tuasaude.com/causas-da-obesidade/>> Acessado em: 20 de ago, 2022.

FRAIDENRAICH, V. **93% dos jovens entre 9 e 17 anos usam a internet no país**, 22 ago. 2022. Disponível em: <<https://www.nic.br/noticia/na-midia/93-dos-jovens->

entre-9-e-17-anos-usam-a-internet-no-pais-revela-pesquisa/> Acessado em: 10 de out. 2022.

HALPERN, A.A **epidemia da obesidade**, 15 jul. 2010. Disponível em: < <https://www.scielo.br/j/abem/a/3Cbt6t3wrsSdS6LB3XqTTs/> > Acessado em: 19 de ago, 2022.

HOTMART. **Mídia digital: o que é, principais tipos e como usar**. Disponível em: <<https://hotmart.com/pt-br/blog/midia-digital>> Acessado em: 10 de out. 2022.

KISTLER, Amanda, S. **O uso de nugdes na indústria alimentícia: Uma abordagem sobre a motivação da alimentação saudável e o papel dos consumidores, indústrias e governos**, nov. 2021; P. 21-22.

MELLO, LUFT e MEYER. **Obesidade: aspectos epidemiológicos e prevenção**. Disponível em: <<http://www.rmmg.org/artigo/detalhes/13#:~:text=A%20etiologia%20da%20obesidade%20infantil,s%C3%A3o%20decorrentes%20de%20fatores%20end%C3%B3genos.>> Acessado em: 09 de ago. 2022.

Ministério da Saúde. **Guia alimentar para crianças brasileiras menores de 2 anos**. Brasília – DF 2019; P. 12.

MORETZSHON, M. **Perceba a diferença entre sobrepeso e obesidade na infância**, 02 ago. 2017. Disponível em: < <https://www.provisa.com.br/2017/08/02/perceba-a-diferenca-entre-sobrepeso-e-obesidade-na-infancia/> > Acessado: 20 de ago, 2022.

MOTA, MASTROENI e MASTROENI. **Consumo da refeição escolar na rede pública municipal de ensino**. R. bras. Est. pedag., Brasília, v. 94, n. 236, p. 168-184, jan./abr. 2013.

REDACAO. **33% das crianças brasileiras estão acima do peso**. Disponível em: <<https://muitainformacao.com.br/post/2108-33--das-criancas-brasileiras-estao-acima-do-peso#:~:text=As%20mudan%C3%A7as%20nos%20h%C3%A1bitos%20alimentares,de%20pessoas%20obesas%20no%20pa%C3%ADs.>> Acessado em: 02 de set. 2022.

SEGAL, A. **Cinco esclarecimentos sobre o açúcar e compulsão alimentar**, 12 jan. 2021. Disponível em: < <https://abeso.org.br/cinco-esclarecimentos-sobre-acucar-e-compulsao-alimentar/>> Acessado em: 12 de out. 2022.

SILVA, G.P; ALMEIDA, S.S; BRAGA COSTA, T.M; *et al.* **Family influence on the nutritional status and eating habits of six to nine year-old children**, [s. l.], 15 mar. 2021. Disponível em: < <https://www.scielo.br/j/rn/a/q63Rz6HncnSM7DPVngBMxkw/?lang=en> > Acessado em: 01 de mai. 2022.

SILVA, V.H. **81% da população brasileira acessou a internet em 2021, diz pesquisa; TV supera computador como meio**, 26 jun. 2022. Disponível em: <<https://g1.globo.com/tecnologia/noticia/2022/06/21/81percent-da-populacao->

brasileira-acessou-a-internet-em-2021-diz-pesquisa.ghtml > Acessado em: 10 de out. 2022.

UNIFESP. Obesidade infantil: mais do que uma questão de medidas, uma questão de saúde, 01 jun. 2022. Disponível em: <<https://sp.unifesp.br/epe/desm/noticias/obesidade-infantil-questao-saude>> Acessado em: 17 de jun. 2022.

UNIMED. Obesidade infantil: as causas, os riscos e como prevenir esse problema, 26 out. 2018. Disponível em: < <https://www.centralnacionalunimed.com.br/viver-bem/pais-e-filhos/obesidade-infantil> > Acessado em: 17 de jun. 2022.