RECIMA21 - REVISTA CIENTÍFICA MULTIDISCIPLINAR

INFLUÊNCIA DAS MÍDIAS E ELETRÔNICOS NO CONSUMO ALIMENTAR E NO ESTADO NUTRICIONAL DE CRIANÇAS: REVISÃO INTEGRATIVA

THE INFLUENCE OF MEDIA ON FOOD CONSUMPTION AND THE NUTRITIONAL STATUS OF CHILDREN: INTEGRATIVE REVIEW

INFLUENCIA DE LOS MEDIOS Y LA ELECTRÓNICA EN EL CONSUMO DE ALIMENTOS Y EL ESTADO NUTRICIONAL DE LOS NIÑOS: REVISIÓN INTEGRATIVA

Juliana Muriel Strauss[1], Simara Rufatto Conde[2]

Submetido: 16/12/2020
Aprovado: 22/01/2021

RESUMO
As crianças vêm sendo expostas cada vez mais precocemente e por longos períodos às mídias. O hábito de assistir televisão vem sendo relacionado diretamente com o consumo de alimentos não saudáveis e aumento da incidência de obesidade infantil. Essa exposição contribui para o desenvolvimento de diversas doenças crônicas não transmissíveis. Este trabalho tem como objetivo avaliar a influência da mídia e dos eletrônicos sobre o consumo alimentar e estado nutricional de crianças. Trata-se de uma revisão integrativa da literatura nas bases de dados SCIELO, PUBMED e CAPES, utilizando os descritores “Mídia” “Consumo alimentar” “Estado nutricional”, “Infância”. Foi aplicado o filtro “ano de publicação”, buscando artigos publicados entre 2015 a 2020. Os critérios de exclusão foram estudos publicados por outras áreas de conhecimento que não a nutrição e artigos publicados em outros meios que não fossem periódicos científicos. Foram encontrados 235 artigos, sendo selecionados 24 por atenderem os critérios de inclusão. Quando a criança é exposta por um longo período às mídias sem a observação constante dos pais, pode modular e modificar seu comportamento em relação a escolha e o consumo alimentar. Foi observado que crianças que passam mais que 3 horas diárias assistindo televisão e jogando eletrônicos tendem a consumir com maior frequência alimentos ultra processados, além de tornar as crianças sedentárias, com tendência ao sobrepeso e à obesidade. Constatou-se que as mídias e eletrônicos influenciam nas escolhas alimentares infantis bem como no estado nutricional.

PALAVRAS-CHAVES: Infância. Mídia. Consumo alimentar.

ABSTRACT
Children are being exposed to the media at an increasingly early age and for long periods. The habit of watching television has been directly related to the consumption of unhealthy food and increased incidence of childhood obesity. This exposure contributes to the development of several chronic non transmissible diseases. This work aims to evaluate the influence of media and electronics on food consumption and nutritional status of children. It is an integrative review of the literature in the databases SCIELO, PUBMED and CAPES, using the descriptors "Media" "Food consumption" "Nutritional status", "Childhood". The filter "year of publication" was applied, seeking articles published between 2015 and 2020. The exclusion criteria were studies published by areas of knowledge other than nutrition and articles published in media other than scientific journals. We found 235 articles, 24 of which were selected because they met the inclusion criteria. When a child is exposed for a long period to the media without constant parental observation, they can modulate and modify their behavior regarding food choice and consumption. It was observed that children who spend more than 3 hours daily watching television and playing electronic games try to consume more often ultra-

[1] Acadêmica do Curso de Nutrição. Universidade do Vale do Taquari (UNIVATES). Departamento de Nutrição, Lajeado, Rio Grande do Sul, Brasil.
[2] Docente do Curso de Nutrição. Universidade do Vale do Taquari (UNIVATES). Departamento de Nutrição, Lajeado, Rio Grande do Sul, Brasil. Nutricionista. Mestre em Bioquímica e Especialista em Educação e Saúde

processed foods, besides making children sedentary, with a tendency to overweight and obesity. It was found that media and electronics influence children's food choices as well as their nutritional status.

KEYWORDS: *Childhood. Media. Food consumption.*

RESUMEN
Los niños han estado expuestos a los medios de comunicación cada vez más temprano y durante largos períodos. El hábito de ver televisión se ha relacionado directamente con el consumo de alimentos poco saludables y una mayor incidencia de obesidad infantil. Esta exposición contribuye al desarrollo de varias enfermedades crónicas no transmisibles. O objetivo es evaluar la influencia de los medios y la electrónica en el consumo de alimentos y el estado nutricional de los niños. Revisión integradora de la literatura en las bases de datos SCIELO, PUBMED y CAPES, utilizando los descriptores "Medios" "Consumo de alimentos" "Estado nutricional", "Infancia". Se aplicó el filtro "año de publicación", buscando artículos publicados entre 2015 y 2020. Los criterios de exclusión fueron estudios publicados por áreas de conocimiento distintas a la nutrición y artículos publicados en otros medios distintos a revistas científicas. Se encontraron 235 artículos, de los cuales 24 fueron seleccionados por cumplir con los criterios de inclusión. Cuando el niño está expuesto durante mucho tiempo a los medios de comunicación sin una observación constante de los padres, puede modular y modificar su comportamiento en relación con la elección y el consumo de alimentos. Los niños que pasan más de 3 horas al día viendo televisión y jugando electrónicos tienden a consumir alimentos ultraprocesados con mayor frecuencia, además de hacer que los niños sean sedentarios, con tendencia al sobrepeso y la obesidad. Los medios y la electrónica influyen en la elección de alimentos de los niños, así como en el estado nutricional.

PALABRAS-CLAVE*: Infancia. Medios. Consumo de alimentos.*

INTRODUÇÃO

Nos últimos 20 anos, o excesso de peso na população infantil aumentou drasticamente, devido a hábitos alimentares inadequados e a falta de atividade física.[1] Com a mudança no estilo de vida e a ausência dos pais nas refeições, devido à carga horária elevada no trabalho, aumentaram as refeições fora de casa, ocorrendo a substituição de alimentos *in natura* ou minimamente processados, por alimentos ultra processados, devido à praticidade e à economia de tempo.[2] Como a maioria dos pais não possui disponibilidade de tempo para ficar com os filhos, a televisão, o computador, o celular e o *tablet* tornam-se os companheiros preferidos das crianças, atuando como papel de socializador e influenciando em muitas questões, dentre elas, as práticas alimentares e a inatividade física.[3]

O hábito de assistir televisão está relacionado diretamente com o consumo de alimentos não saudáveis e com o aumento da incidência de obesidade infantil.[4] Além disso, influencia de maneira negativa o desenvolvimento de experiências sinestésicas (audição, visão, paladar, olfato, tato), problemas mentais, aumento da ansiedade, violência, transtornos relacionado ao sono, a alimentação, problemas auditivos, visuais e Distúrbios Osteomusculares.[5,6] Esta mudança de comportamento induz ao sedentarismo, pois substitui atividades como brincar ou jogar bola por atividades tecnológicas.[7] Crianças que são expostas precocemente e por longos períodos às mídias

tendem a ser crianças com maior aumento de peso, elevando, assim, a possibilidade de desenvolverem diversas doenças crônicas não transmissíveis.[8]

Os comerciais nos meios tecnológicos têm os formatos mais diferentes, visando abranger um maior número de pessoas e utilizando de diversas estratégias, como a distribuição de brindes, histórias e personagens para atrair o público infantil.[9,10] Atualmente, no Brasil, contamos com uma legislação específica que regulamenta as propagandas vinculadas com alimentos, a qual apresenta pontos a serem respeitados em relação aos alimentos ricos em gorduras, açúcares, sódio, utilização de personagens e uso de trilha sonora infantil, visando diminuir o consumo de alimentos com estas características.[11]

Assim, diante do exposto, este estudo teve como objetivo avaliar a influência da mídia e das tecnologias atuais sobre o consumo alimentar e o estado nutricional de crianças.

MÉTODOS

A revisão integrativa de literatura baseia-se na construção de uma análise ampla de literatura, que contribui para discussões sobre métodos e resultados de pesquisa. Constitui-se de um método amplo, que permite a inclusão simultânea de pesquisa experimental e quase experimental.[12]

As etapas para construção deste trabalho consistiram em: a) formulação da questão problema e escolha das bases de dados a serem consultadas;[13] b) estabelecimento dos critérios de inclusão e exclusão;[14] c) seleção e caracterização dos estudos para a construção da revisão; d) análise e interpretação dos resultados; e) apresentação deste estudo.[15]

Este estudo trata-se de uma revisão integrativa de literatura, no qual foram consultadas as bases de dados Scielo, Portal Periódicos CAPES e PubMed e foram selecionados artigos científicos publicados em Português, Inglês e Espanhol, entre o período de 2015 a 2020, que realizaram estudos envolvendo a influência das mídias no consumo alimentar e o no estado nutricional de crianças.

Os descritores utilizados para a busca de artigos foram os seguintes: ““Mídia” “Consumo alimentar” “Estado nutricional”, “Infância”, “Perfil nutricional infantil”*, “Children's food consumption and Media”* e *“Children's nutritional profile”.*

Os critérios de inclusão utilizados para a seleção dos artigos foram os trabalhos cujo objetivo geral e/ou específicos referiram-se explicitamente ao objeto deste estudo. Os critérios de exclusão foram estudos publicados por outras áreas de conhecimento que não a nutrição e artigos publicados em outros meios que não fossem periódicos científicos.

RESULTADOS

A seleção dos artigos ocorreu com base na leitura dinâmica dos seus títulos e resumos. Foram encontrados 235 artigos, destes, 211 não se enquadraram nos critérios de inclusão, sendo:

artigos repetidos (34), com enfoque em outros grupos populacionais, como adolescentes e adultos (49) e artigos sem conexão com a temática apresentada neste estudo (124). Além disso, foram excluídos os artigos com acesso não gratuito (4). Ao total, foram condensados 24 artigos para a formulação desta revisão integrativa, conforme apresentado na Figura 1:

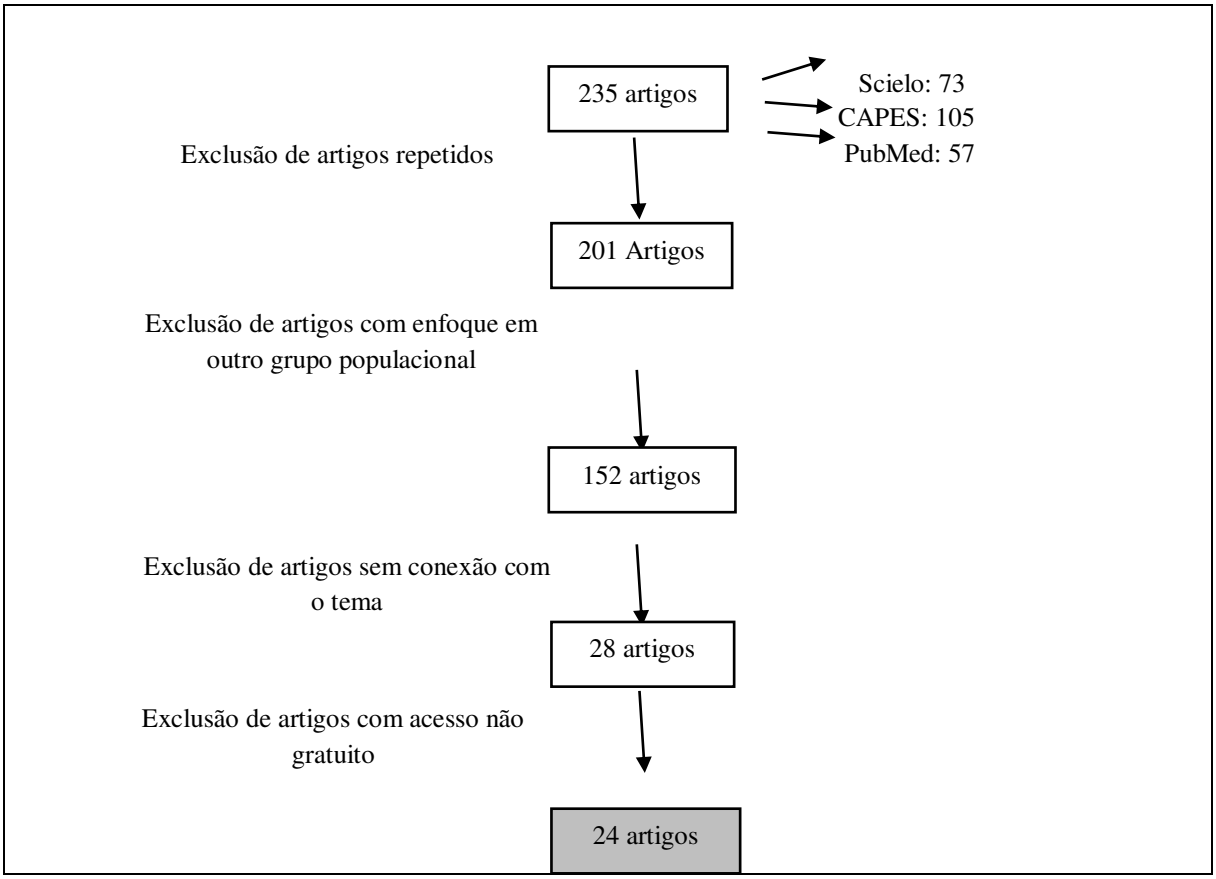

Figura 1: Seleção e validação das pesquisas.

Após os artigos serem selecionados, ocorreu uma leitura integral de todos os textos escolhidos. Assim, foi possível identificar que as pesquisas se concentraram em três temáticas distintas: a influência dos pais no comportamento alimentar das crianças, a influência da publicidade na percepção de consumo das crianças e o comportamento alimentar infantil ao encontrar uma embalagem com o personagem do desenho.

Nota-se uma estagnação no número de pesquisas relacionadas com esta temática nos últimos anos. Conforme a Tabela 1, em 2015, apenas 2 publicações sobre esta temática foram encontradas; em 2016, somente 3 publicações; em 2017, houve um crescente aumento com 7 artigos publicados; em 2018 encontrou-se novamente 7 artigos sobre o tema; apenas uma publicação em 2019 e, por último, foram encontradas 3 pesquisas de 2020. A metade dos artigos encontrados foi de estudos realizados no Brasil, a outra metade em países como Espanha, Argentina

e Estados Unidos. Este fato pode ser explicado devido a duas situações: a primeira diz respeito ao acesso de diversas mídias e tecnologias pelas crianças sem o controle ou presença dos pais[3]; e a segunda está relacionada com as estratégias que são desenvolvidas para atrair com maior facilidade o público infantil[9,10]. No entanto, verificou-se que a influência das mídias e das tecnologias no perfil nutricional infantil, bem como no consumo alimentar, é um tema que está preocupando diversos pesquisadores ao redor do mundo, fazendo com que cada vez se reflita mais sobre a maneira como as crianças vêm sendo criadas e incentivadas.

Quadro 1: Distribuição de artigos segundo autor e ano, base de dados, tipo de estudo e resultados.

AUTOR E ANO	BASE DE DADOS	TIPO DE ESTUDO	RESULTADOS
Rodríguez, Fernández e Bordonada, 2020	Scielo	Transversal Descritivo	Noventa e um por cento dos comerciais analisados utilizavam técnicas persuasivas com o uso de personagens, sendo que 73,9% dos comerciais infrigiram um ou mais padrões do código da PAOS. O estudo concluiu que as normas vigentes precisam ser substituídas por normas que realmente funcionem e garantam a proteção infantil.
Binder, Naderer, Matthes e Spielvogel, 2020.	PubMed	Transversal	O estudo constatou que quanto maior o tempo de tela ofertado para as crianças, menor é a qualidade da alimentação, porém, se os pais assistem os programas junto com as crianças, podem diferenciar o saudável e o não saudável. Portanto, orienta-se aos pais que diminuam a exposição das crianças ao consumo alimentar da mídia.
Smith, *et al,* 2020	PubMed	Transversal Descritivo	O estudo evidenciou que as crianças tendem a escolher os alimentos divulgados por meio de seus jogos eletrônicos, optando sempre por alimentos não saudáveis e rico em gorduras.
Coates, *et al,* 2019	PubMed	Transversal	Evidenciou que as crianças que assistem propagandas de alimentos calóricos nos intervalos dos desenhos animados tendem a consumir mais Kcal, quando comparadas com as crianças que não assistiram a estas propagandas.
Oliveira, *et al*	CAPES	Revisão	Crianças expostas as propagandas divulgadas pela mídia

2018		Bibliográfica	televisiva, são influenciadas nas suas escolhas e em seus hábitos alimentares, sendo este um fato importante na não adesão de uma alimentação saudável que promove a saúde.
Souza, *et al*, 2018	CAPES	Revisão Bibliográfica	O excesso de tempo em frente à televisão faz com que muitas crianças não desenvolvam noções no campo nutricional, pois são facilmente influenciadas por produtos que estejam vinculados a personagens, os quais são, normalmente, calóricos, podendo gerar sérios problemas na vida adulta, como hipertensão, diabetes e colesterol. As crianças acabam não sabendo o valor dos alimentos saudáveis e não associam saúde com uma alimentação saudável, fazendo, na maior parte do tempo, a escolha errada.
Oliveira *et al,* 2018	CAPES	Revisão de literatura	As crianças são vulneráveis ao poder de persuasão da mídia. Foi observado que a maioria dos produtos alimentícios voltados ao público infantil são alimentos de alta densidade calórica, com excesso de açúcar ou, ainda, com teor elevado de gordura e sódio. É importante elaborar medidas preventivas para um melhor controle de propagandas de alimentos.
Silva, Nascimento e Carvalho, 2018	CAPES	Transversal	Percebeu-se que a obesidade teve um aumento de 32,4 % e a hipertensão de 33,3% devido ao aumento da ingestão de alimentos industrializados pelo público infantil.
Paiva, Couto, Masson, Monteiro e Freitas, 2018	Scielo	Transversal Quantitativo	Participaram deste estudo 104 crianças, sendo 56 do sexo masculino e 48 do sexo feminino. Foi evidenciado que 66,7% dos meninos e 50% das meninas apresentaram alterações significativas nos níveis de hemoglobina glicada. Ao analisar o consumo alimentar infantil, percebeu-se que a maioria dos indivíduos de ambos os sexos tinham um padrão alimentar fora do recomendado, consumindo, na maior parte do tempo, alimentos ricos em açúcares e sódio, os quais são, normalmente, divulgados por um personagem que seja do interesse desta população.

Baldwin, Freeman e Kelly, 2018	PubMed	Transversal	O estudo evidenciou que crianças que passam mais tempo assistindo vídeos *online* são influenciadas de maneira negativa em relação à marca e quais alimentos e bebidas devem consumir. O *marketing* é extremamente persuasivo em relação aos alimentos ultra processados, pois ainda existem poucas normativas que regulamentem a exposição da criança a este tipo de propaganda.
Norman, *et al*, 2018	PubMed	Transversal	A publicidade aplicada aos alimentos ultra processados, influencia de maneira significativa nas escolhas alimentares infantis. Sendo que a propaganda de alimentos tem um efeito maior para as crianças com maior peso.
Ramos, Guimarães e Triani, 2017	CAPES	Transversal Descritivo	No estado do Amazonas, os estudantes de escolas particulares passam maior parte do tempo com jogos eletrônicos, enquanto os de escola pública jogam futebol e realizam mais atividades físicas. Em relação ao consumo alimentar, os estudantes de escola pública se alimentam de forma mais saudável, pois têm horários específicos para realizarem sua alimentação. Porém, evidenciou-se que a grande maioria dos pais não possui controle sobre a alimentação de seus filhos.
Melo, Cruz, Brito e Pinho, 2017	Scielo	Transversal	O consumo dos pais durante a refeição pode influenciar no IMC dos filhos. Porém, foi evidenciado que excesso de peso bem como consumo alimentar infantil está relacionado com o comportamento dos pais quanto ao consumo de guloseimas e exposição à mídia televisiva.
Santos, Lira e Silva, 2017	Scielo	Transversal	Setenta e sete por cento do grupo com excesso de peso apresentou consumo excessivo de alimentos ultra processados, sendo que o menor consumo de frutas se encontrou com o grupo em excesso de peso. Foi evidenciado que as causas do excesso de peso infantil são multifatoriais e que são necessárias a elaboração de políticas públicas voltadas para a prevenção dos agravos nutricionais.
Rodrígues *et*	Scielo	Transversal	O estudo evidenciou que os maiores números de propagandas

al, 2017			personativas eram destinados para o público infantil, sendo que influenciavam de maneira negativa no consumo alimentar. Ficando evidenciado que é necessário o surgimento de normas claras que regulamentem e verifiquem este tipo de persuasão relacionadas às crianças.
Gimenez, Saldamando, Curutchet e Ares, 2017	Scielo	Transversal	A publicidade tem se mostrado como o principal fator do mal consumo alimentar das crianças, pois as ações vão além dos comerciais e assumem também lugares nos supermercados, onde pode ser visto uma larga escala de prateleiras com alimentos ricos em açúcares ou sódio, com personagens infantis desenhados em seus pacotes. Ficou evidenciado que é necessária uma urgente modificação nas normas que habilitam a publicidade infantil, a fim de se conscientizar o público alvo, desde cedo, sobre a importância de uma alimentação saudável.
Robinson, *et al,* 2017	PubMed	Revisão bibliográfica	O estudo verificou que a exposição à mídia leva a criança a desenvolver obesidade por conta dos alimentos que consome enquanto assiste televisão, além de influenciar de maneira significativa nas más escolhas alimentares infantis, sendo relacionado, também, com a falta de atividades físicas.
Lwin, Malink, Ridwan e Au, 2017	PubMed	Transversal	O estudo certificou que o consumo de *fast food* por crianças está relacionado com a exposição às mídias digitais, porém, este consumo diminui quando a mediação parental é realizada de forma ativa e crítica quanto ao consumo de *fast food*.
Prodanov e Cimadom, 2016	CAPES	Transversal Descritivo	Participaram desta pesquisa 26 crianças, em cuja pesquisa foi evidenciado que a maioria (56%) utilizava o seu tempo livre assistindo televisão por mais de 3 horas diárias, sendo que 63% das crianças consumiu alimentos industrializados que são amplamente divulgados na mídia.
Britto, Viebig e Morimoto, 2016	Scielo	Transversal Descritivo	Grande parte das propagandas apresentadas nos canais a cabo não respeitam e nem cumprem com a legislação vigente, sendo abusivas quanto à relação de mercadorias para as crianças. A grande maioria influencia no consumo de alimentos ultra

			processados, ricos em sódio ou em açúcares. Os resultados deste estudo enfatizam a urgência de elaborar e garantir a fiscalização das normas vigentes.
Hajizadehoghaz, Amini e Abdollahi, 2016	PubMed	Transversal	Verificou que os comerciais influenciaram de maneira negativa nas escolhas alimentares infantis e que, por este motivo, devem ser elaboradas políticas públicas que regulamentem e fiscalizam este tipo de propaganda.
Ferrari, *et al,* 2015.	Scielo	Transversal	Participaram desta pesquisa 94 crianças, onde 78,7% afirmaram que assistem televisão 4 ou mais horas diárias, 42,6% apresentou excesso de peso e 7,4% apresentou excesso de peso e excesso de adiposidade abdominal. Não foi observado diferenças entre os grupos feminino e masculino, e, tampouco se visualizou diferença nas variáveis analisadas. Porém, o excesso de peso e adiposidade abdominal permaneceu maior no grupo de crianças que assistia televisão por um maior tempo.
Kneipp, Habitzreuter, Mezadri e Höfelmann, 2015	Scielo	Transversal	Participaram deste estudo 438 crianças, das quais 44% estavam com excesso de peso e 24,3% apresentavam-se com excesso de gordura abdominal. Foi verificado, por meio de recordatório alimentar, que as crianças em que o IMC indica obesidade realizaram suas refeições em frente à televisão, consumindo biscoitos e alimentos ultra processados.

DISCUSSÃO

Observou-se que o maior número de publicações sobre a influência da mídia sobre as crianças concentra-se em estudos brasileiros, sendo 12 artigos dos 24 apresentados neste trabalho, seguidos por 3 artigos australianos, 2 artigos espanhóis, 2 artigos britânicos, 1 estudo argentino, 1 estudo uruguaio, 1 estudo iraniano e 1 estudo indonésio. Porém, ao selecionar os artigos percebeu-se, entre os excluídos, um significativo número de pesquisas que relacionava o uso de tecnologias e das mídias sobre a percepção corporal de adolescentes, principalmente em estudos estrangeiros.

Dos 24 artigos encontrados, 19 são estudos transversais e 4 deles são artigos de revisão científica. De um modo geral, todos apresentam como resultados a influência das mídias no consumo alimentar infantil. Quanto maior o tempo de tela ofertado para as crianças, menor é a qualidade da alimentação.[16], pois crianças que assistem às propagandas de alimentos calóricos nos intervalos dos desenhos animados, tendem a consumir mais Kcal quando comparadas com as crianças que não

assistiram essas propagandas.[17] Na maior parte das vezes, as crianças acabam não sabendo o valor dos alimentos saudáveis, não associam saúde com uma alimentação saudável, fazendo na maior parte do tempo a escolha errada.[18]

As crianças são vulneráveis ao poder de persuasão da mídia.[19] Sendo que normalmente, a mídia exerce um poder de persuasão muito forte nas escolhas alimentares das crianças, através de campanhas de *marketing* que estimulam os mais variados tipos de produtos.[20] A publicidade aplicada aos alimentos ultra processados influencia de maneira significativa nas escolhas alimentares infantis, sendo que a propaganda de alimentos tem um efeito maior para as crianças com maior peso.[21]

A exposição à mídia leva a criança a desenvolver obesidade por conta dos alimentos que consome enquanto assiste televisão, além de influenciar de maneira significativa nas más escolhas alimentares infantis, sendo relacionado também com a falta de atividades físicas. O consumo de *fast food* por crianças está relacionado com a exposição às mídias digitais, porém, este consumo diminui quando a mediação parental é realizada de forma ativa e crítica. [23]

O consumo dos pais durante a refeição pode influenciar no IMC dos filhos. O excesso de peso, bem como o consumo alimentar infantil, estava relacionado com o comportamento dos pais quanto ao consumo de guloseimas e exposição à mídia televisiva[24]. Sendo que a grande maioria dos pais não possui controle sobre a alimentação de seus filhos[25].

As crianças tendem a escolher os alimentos divulgados por meio de seus jogos eletrônicos, optando sempre por alimentos não saudáveis e ricos em gorduras[26]. A maioria das crianças tem um padrão alimentar fora do recomendado, consumindo, na maior parte do tempo, alimentos ricos em açúcares e sódio, que normalmente são divulgados por um personagem que seja do interesse desta população[27].

A obesidade teve um aumento de 32,4% e a hipertensão de 33,3% nos últimos 5 anos, devido ao aumento da ingestão de alimentos industrializados pelo público infantil[28]. Crianças que assistem televisão por mais de 4 horas diárias tendem a apresentar maior excesso de peso e adiposidade abdominal do que crianças que passam menor tempo em frente à televisão[29]. Sendo que crianças que assistem televisão por mais de 3 horas diárias tendem a consumir, com maior frequência, alimentos industrializados que são amplamente divulgados na mídia[30]. Crianças que realizam suas refeições em frente à televisão tiveram um maior excesso de gordura abdominal, bem como consumiram um maior volume de alimentos ultra processados[31].

As causas do excesso de peso infantil são multifatoriais e que são necessárias a elaboração de políticas públicas voltadas para a prevenção dos agravos nutricionais[32]. Evidenciando que os maiores números de propagandas personativas eram destinados para o público infantil, sendo que influenciavam de maneira negativa no consumo alimentar[33]. O *marketing* é extremamente persuasivo em relação aos alimentos ultra processados, pois ainda existem poucas normativas que regulamentem a exposição da criança a este tipo de propaganda[34].

A obesidade teve um aumento de 32,4% e a hipertensão de 33,3% devido ao aumento da ingestão de alimentos industrializados, bem como a exposição das mídias sobre o público infantil[28]. Em seu estudo, Kneipp, Habitzreuter, Mezadri e Höfelmann[31] observaram que, das 438 crianças que participaram da pesquisa, 44% encontravam-se com excesso de peso e 24,3% apresentavam-se com excesso de gordura abdominal, realizando suas refeições em frente à televisão[31].

O estudo de Hajizadehoghaz, Amini e Abdollahi[35] evidenciou a importância de políticas públicas que regulamentem e fiscalizam as propagandas destinadas ao público infantil. Em seu estudo, Britto, Viebig e Morimoto[36] e também Gimenez, Saldamando, Curutchet e Ares[37], constataram que é necessária uma urgente modificação nas normas que habilitam a publicidade infantil, a fim de se conscientizar o público alvo, desde cedo, sobre a importância de uma alimentação saudável. Rodríguez, Fernández e Bordonada[33] salientaram que as normas vigentes precisam ser substituídas por normas que realmente funcionem e garantam a proteção infantil.

A obesidade teve um aumento de 32,4% e a hipertensão de 33,3% nos últimos 5 anos, devido ao aumento da ingestão de alimentos industrializados pelo público infantil[28]. Crianças que assistem televisão por mais de 4 horas diárias tendem a apresentar maior excesso de peso e adiposidade abdominal do que crianças que passam menor tempo em frente à televisão[29]. Crianças que assistem televisão por mais de 3 horas diárias tendem a consumir, com maior frequência, alimentos industrializados que são amplamente divulgados na mídia[30]. Sendo que, aquelas que realizam suas refeições em frente à televisão tiveram um maior excesso de gordura abdominal, bem como consumiram um maior volume de alimentos ultra processados[31].

As causas do excesso de peso infantil são multifatoriais e que são necessárias a elaboração de políticas públicas voltadas para a prevenção dos agravos nutricionais[32]. Os maiores números de propagandas personativas eram destinados para o público infantil, sendo que influenciavam de maneira negativa no consumo alimentar[33]. O *marketing* é extremamente personativo em relação aos alimentos ultra processados, pois ainda existem poucas normativas que regulamentem a exposição da criança a este tipo de propaganda[34].

A obesidade teve um aumento de 32,4% e a hipertensão de 33,3% devido ao aumento da ingestão de alimentos industrializados, bem como a exposição das mídias sobre o público infantil[28]. 44% encontravam-se com excesso de peso e 24,3% apresentavam-se com excesso de gordura abdominal, realizando suas refeições em frente à televisão[31].

É importante políticas públicas que regulamentem e fiscalizam as propagandas destinadas ao público infantil[35]. É necessária uma urgente modificação nas normas que habilitam a publicidade infantil, a fim de conscientizar, desde cedo, sobre a importância de uma alimentação saudável[37,36]. As normas vigentes precisam ser substituídas por normas que realmente funcionem e garantam a proteção infantil[33].

É importante ressaltar que este estudo contém limitações, como a análise apenas de artigos disponíveis gratuitamente. Outra limitação diz respeito a restrição de descritores, dado que artigos com outras faixas etárias foram excluídos desta revisão. Além disso, os poucos estudos de corte sobre os impactos da mídia no consumo alimentar de crianças apresentaram-se como outra limitação para este trabalho, visto que a revisão de tais estudos é parte do objetivo deste estudo.

CONCLUSÃO

Conclui-se que a mídia e os eletrônicos influenciam nas escolhas alimentares infantis. Visto que quando a criança é exposta por um longo período a essas tecnologias midiáticas, sem a observação constante dos pais, podem modular e modificar seu comportamento em relação à escolha e ao consumo alimentar.

Os estudos mostraram que o aumento da exposição às mídias faculta a ocorrência de sobrepeso e obesidade, visto que as propagandas veiculam alimentos ricos em açúcar, sal e pobres em nutrientes. Também ficaram evidenciadas a inexatidão de normas, legislações, políticas públicas e programas que regulamentem e fiscalizem este tipo de publicidade, em prol de proteger e assegurar o direito da criança à uma alimentação de qualidade que proporcione saúde adequada.

Pensando neste cenário, enfatiza-se a necessidade de o Estado investir na promoção de normas, legislações e políticas públicas que atuem na promoção da proteção, bem como na regulação da propaganda de alimentos direcionados ao público infantil, e que enfatizem, sobretudo, a importância de uma alimentação saudável e equilibrada para o bem-estar infantil, devendo garantir a segurança alimentar e nutricional.

REFERÊNCIAS

1. Cunha LF. A importância de uma alimentação adequada na educação infantil. Monografia [Especialização em Ensino de Ciências]. Ibaiti: Universidade Tecnológica Federal do Paraná; 2014.
2. Enes CC, Lucchini BG. Tempo excessivo diante da televisão e sua influência sobre o consumo alimentar de adolescentes. Rev Nutr. 2016; 29(3):391-99.
3. Ceccatto D, Spinelli RB, Zanardo VPS, Ribeiro LA. A influência da mídia no consumo alimentar infantil: uma revisão da literatura. Rev Perspect. 2018; 42(157):141-49.
4. Teixeira RC, Costa SP, Oliveira GV, Candido FN, Rafael LM, Mazini Filho ML. Influências da mídia e das relações sociais na obesidade de escolares e a Educação Física como ferramenta de prevenção. Rev Cinergis. 2016; 17(2):162-67.
5. Costa Neto NF, Purificação TA, Lima UD. A influência das novas tecnologias no sedentarismo atual. In: Anais do Encontro Regional dos Estudantes de Educação Física, 22, João Pessoa, 2016.
6. Sociedade Brasileira de Pediatria (SBP). Saúde de crianças e adolescentes na era digital. [Manual de orientação]. 2016.

7. Beltramin SM, Volkweis DSH, Soder T, Pinheiro TLF, Benetti F. Influência da mídia na obesidade infantil. Rev EFDeportes.com. 2015; 20(209).
8. Dutra GF, Kaufmann CC, Pretto ADB, Albernaz EP. Hábito de assistir a televisão e sua influência sobre a atividade física e o excesso de peso infantis. J Pediatr. [internet] 2015 [acesso em 08 de outubro de 2019]; 91(4):346-51. Disponível em: https://www.scielo.br/pdf/jped/v91n4/pt_0021-7557-jped-91-04-00346.pdf.
9. Sociedade Brasileira de Pediatria (SBP). Promoção da Atividade Física na Infância e Adolescência. [Manual de Orientação]. 2017.
10. Bernhardt AM, Wilking C, Adachi-Mejia AM, Bergamini E, Marijnissen J, Sargent JD. How Television Fast Food Marketing Aimed at Children Compares with Adult Advertisements. Rev PLoS ONE. 2013; 8(8).
11. Agência Nacional de Vigilância Sanitária. Resolução RDC nº 24, de 15 de junho de 2010. Dispõe sobre a oferta, propagandas, publicidades, informação e outras práticas correlatadas cujo objetivo seja a divulgação e a promoção comercial de alimentos considerados com quantidades elevadas de açúcar, de gordura saturada, de gordura trans, de sódio e bebidas com baixo teor nutricional. Diário Oficial da União. 29 jun. 2010; Seção 1:46.
12. Botelho LLR, Cunha CCA, Macedo M. O método da revisão integrativa nos estudos organizacionais. Rev Eletrônica Gestão e Socied. [internet]·2011, maio-ago 5(11):121-36. [acesso em 12 de outubro de 2020]; Disponível em: https://www.gestaoesociedade.org/gestaoesociedade/article/view/1220/906.
13. Mendes KDS, Silveira RCCP, Galvão CM. Revisão integrativa: método de pesquisa para a incorporação de evidências na saúde e na enfermagem. Rev Texto Contexto Enferm. 2008, outubro-dezembro; 17(4): 758-64.
14. Broome ME. Integrative literature reviews for the development of concepts. In: Rodgers BL, Knafl KA. Concept Development in Nursing: Foundations, Techniques, and Applications. 2. ed. Philadelphia; London: W. B. Saunders; 2005. p. 231-50.
15. Didier JMOL, Lucena EA. Aprendizagem de praticantes da estratégia: contribuições da aprendizagem situada e da aprendizagem pela experiência. Rev Organizações & Socied. 2008, janeiro-março; 15(44): 129-48.
16. Binder A, Naderer B, Matthes J, Spielvogel I. Fiction Is Sweet. The Impact of Media Consumption on the Development of Children's Nutritional Knowledge and the Moderating Role of Parental Food-Related Mediation. A Longitudinal Study. J Nutrients. 2020 May; 12(5):1478.
17. Coates AE, Hardman CA, Halford JCG, Christiansen P, Boyland EJ. The effect of influencer marketing of food and a "protective" advertising disclosure on children's food intake. J Pediatr Obes. 2019 October; 14(10):e12540.
18. Souza JTA, Pontes EDS, Moura RL, Oliveira ND, Dantas ENA, Ponciano CS, *et al*. Influência da Mídia no Consumo Alimentar Inadequado de Crianças e adolescentes como Promotora de Doenças Crônicas: uma Revisão da Literatura. Int J of Nutrology. [internet] 2018; 11(01):1-111. [acesso em 12 de outubro de 2020]; Disponível em: https://www.thieme-connect.de/products/ejournals/abstract/10.1055/s-0038-1674776.
19. Oliveira ND, Moura RL, Silva EB, Freires JD, Neta MLPM. Impacto das Estratégias de Marketing na Alimentação das Crianças: uma Revisão de Literatura. Int J of Nutrology. [internet] 2018; 11(01):1-

111. [acesso em 12 de outubro de 2020]; Disponível em: https://www.thieme-connect.de/products/ejournals/abstract/10.1055/s-0038-1674737.

20. Garcia AL, Azevedo DKA, Nóbrega JPM, Silva NS, Pereira DE, Silveira ACM, *et al*. Influência da Mídia no Acometimento da Obesidade em Crianças E Adolescentes: uma Revisão da Literatura. Int J of Nutrology. [internet] 2018; 11(01): 1-111. [acesso em 12 de outubro de 2020]; Disponível em: https://www.thieme-connect.de/products/ejournals/abstract/10.1055/s-0038-1674775.

21. Norman J, Kelly B, McMahon AT, Boyland E, Baur LA, Chapman K, *et al*. Sustained impact of energy-dense TV and online food advertising on children's dietary intake: a within-subject, randomised, crossover, counter-balanced trial. Int J Behav Nutr Phys Act. 2018 April; 15(1):37.

22. Robinson TN, Banda JA, Hale L, Lu AS, Fleming-Milici F, Calvert SL, *et al*. Screen Media Exposure and Obesity in Children and Adolescents. J Pediatrics. 2017 November; 140(Suppl 2): S97-S101.

23. Lwin MO, Malik S, Ridwan H, Au CSS. Media exposure and parental mediation on fast-food consumption among children in metropolitan and suburban Indonesia. Asia Pac J Clin Nutr. 2017; 26(5): 899-905.

24. Melo KM, Cruz ACP, Brito MFSF, Pinho L. Influência do comportamento dos pais durante a refeição e sobre o sobrepeso na infância. Esc Anna Nery. [internet] 2017; 21(4):e20170102. [acesso em 18 de outubro de 2020]; Disponível em: https://www.scielo.br/pdf/ean/v21n4/pt_1414-8145-ean-2177-9465-EAN-2017-0102.pdf.

25. Ramos KGF, Guimarães HM, Triani FS. Comparação de índices antropométricos e hábitos alimentares entre estudantes de escolas particular e pública. Rev Bras de Obesid Nutr e Emagr. [internet] 2017; 11(67):960-67. [acesso em 12 de outubro de 2020]; Disponível em: http://www.rbone.com.br/index.php/rbone/article/view/587/476.

26. Smith R, Kelly B, Yeatman H, Moore C, Baur L, King L, *et al*. Advertising Placement in Digital Game Design Influences Children's Choices of Advertised Snacks: A Randomized Trial. J Acad Nutr Diet. 2020 March; 120(3):404-13.

27. Paiva ACT, Couto CC, Masson APL, Monteiro CAS, Freitas CF. Obesidade Infantil: análises antropométricas, bioquímicas, alimentares e estilo de vida. Rev Cuid. [internet] 2018, julho-dezembro 9(3):2387-99. [acesso em 18 de outubro de 2020]; Disponível em: http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2216-09732018000302387&lng=en.

28. Silva MC, Nascimento MS, Carvalho LMF. Ingestão de alimentos industrializados por crianças e adolescentes e sua relação com patologias crônicas: uma análise crítica de inquéritos epidemiológicos e alimentares. Rev Bras de Obesid Nutr e Emagr. [internet] 2018; 12(75):960-67. [acesso em 12 de outubro de 2020]; Disponível em: http://www.rbone.com.br/index.php/rbone/article/view/823/616.

29. Ferrari GLM, Araújo TL, Oliveira LC, Matsudo V, Fisberg M. Associação entre equipamentos eletrônicos no quarto com tempo sedentário, atividade física e índice de massa corporal de crianças. J Pediatr. [internet] 2015; 91(6):574-82. [acesso em 19 de junho de 2020]; Disponível em: http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0021-75572015000600574&lng=en.

30. Prodanov SS, Cimadom HMS. A influência da publicidade nos hábitos alimentares de crianças em idade escolar. Rev Conhecim Online. [internet] 2016; 8(1):3-12.[acesso em 20 de setembro de 2020]; Disponível em: https://periodicos.feevale.br/seer/index.php/revistaconhecimentoonline/article/view/366/412.

31. Kneipp C, Habitzreuter F, Mezadri T, Höfelmann DA. Excesso de peso e variáveis associadas em escolares de Itajaí, Santa Catarina, Brasil. Rev Ciênc. Saúde Coletiva. [internet] 2015; 20(8):2411-22. [acesso em 01 de outubro de 2020]; Disponível em: http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1413-12320150008024l1&lng=en.

32. Santos DRL, Lira PIC, Silva GAP. Excesso de peso em crianças pré-escolares: o papel da ingestão alimentar. Rev Nutr. [internet] 2017, janeiro-fevereiro, 30(1):45-56. [acesso em 18 de outubro de 2020]; Disponível em: http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1415-52732017000100045&lng=en.

33. Rodríguez FA, Fernández MRM, Bordonada MA. Evaluación de la publicidad alimentaria del canal de televisión infantil Boing en España en 2016. Rev Pediatr Aten Primaria. [internet] 2019, octubre-diciembre, 21(84):369-77. [acceso en 19 de octubre de 2020]; Disponible en: http://scielo.isciii.es/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1139-63220190004000007&lng=es.

34. Baldwin HJ, Freeman B, Kelly B. Like and share: associations between social media engagement and dietary choices in children. Public Health Nutr. 2018 December; 21(17):3210-15.

35. Hajizadehoghaz M, Amini M, Abdollahi A. Iranian Television Advertisement and Children's Food Preferences. Int J Prev Med. 2016 December; 15(7):128.

36. Britto SR, Viebig RF, Morimoto JM. Análise de propagandas de alimentos na TV a cabo dirigidas ao público infantil com base no guia alimentar da população brasileira e legislação vigente. Rev Nutr. [internet] 2016, setembro-outubro 29(5):721-29. [acesso em 18 de outubro de 2020]; Disponível em: http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1415-52732016000500721&lng=en.

37. Gimenes A, Saldamando L, Curutchet MR, Ares G. Package design and nutritional profile of foods targeted at children in supermarkets in Montevideo, Uruguay. Cad Saúde Pública. [internet]. 2017; 33(5):1-11. [acesso em 17 de outubro de 2020].