

A INFLUÊNCIA DA MÍDIA E DA PUBLICIDADE NO CONSUMO ALIMENTAR DE PRÉ-ESCOLARES DE UM MUNICÍPIO DA SERRA GAÚCHA

Tais Pereira Riefel¹, Simara Rufatto Conde²

Resumo: Os meios de comunicação estão presentes cada vez mais cedo no cotidiano das crianças, as quais, permanecem muito tempo em frente as telas, com acesso a propagandas de alimentos. Objetivo: Avaliar a influência que a mídia e a publicidade exercem no consumo alimentar de crianças em idade pré-escolar. Materiais e Métodos: Estudo descritivo, transversal e quantitativo, com 30 pré-escolares de 2 a 6 anos, alunos de uma escola privada em um município da Serra Gaúcha. Foi aplicado um questionário aos pais, referentes a preferências alimentares, tempo de exposição às mídias e recordatório alimentar. Foram calculados o valor energético, macronutrientes e micronutrientes e os resultados foram comparados com os valores de referência de ingestão dietética e com a recomendação do Guia Alimentar para a População Brasileira. Foram realizadas associações, através do teste estatístico qui-quadrado para amostras de aderência e Correlação de Pearson e Spearman, através do *Software Statistical Package for the Social Sciences*. Resultados: Observou-se que quanto maior o consumo de alimentos in natura, menor foi o consumo de ultraprocessados ($p=0,0008$; $r= - 0,478$), quanto mais tempo assistiam televisão e/ou celular, menor era o consumo de alimentos processados ($p=0,037$; $r= - 0,383$), em contrapartida, quanto mais tempo assistiam, maior foi o consumo ultraprocessados ($p=0,05$; $r=0,360$) através de uma correlação positiva regular. O consumo de cálcio estava significativamente abaixo da recomendação ($p<0,0001$). Conclusão: A maioria das crianças, sofreram influência do marketing devido a exposição diária a propaganda de alimentos, através de TV e celular, sendo em sua maioria alimentos ultraprocessados.

Palavras-chave: publicidade; consumo alimentar; criança; pré-escolar; meios de comunicação.

1 Graduada em Bacharelado em Nutrição, Faculdade Fátima, Caxias do Sul, RS, Brasil.

2 Nutricionista, Mestre em Ciências Biológicas, Faculdade Fátima, Caxias do Sul, RS, Brasil.

INTRODUÇÃO

O perfil nutricional da população brasileira vem sofrendo mudanças com o passar dos anos. O estilo de vida, assim como os hábitos alimentares, tem impactado de forma negativa na saúde da população, aumentando a incidência de doenças crônicas. O consumo alimentar das crianças se torna cada vez mais pobre em micronutrientes, devido a qualidade e escolhas dos alimentos consumidos (MELLO *et al.*, 2018).

Atualmente, a obesidade e o sobrepeso têm iniciado cada vez mais precocemente na população, se tornando uma epidemia mundial. A alimentação rica em gordura saturada, sódio, açúcar, o baixo consumo de frutas e vegetais são fatores que contribuem para esse cenário, alavancados pela rápida evolução da tecnologia (BERTUOL; NAVARRO, 2015).

A formação dos hábitos alimentares ocorre nos primeiros anos de vida da criança, podendo ter modificações conforme as influências que recebe no decorrer de seu crescimento e desenvolvimento, através da família, escola e ambiente que vive (LOPES; DAVI, 2016). As crianças de 2 a 6 anos com idade pré-escolar, se encontram numa idade de transição, onde começam a ter suas próprias escolhas e demonstram preferências por determinados alimentos, sendo um período determinante para a formação de seus hábitos alimentares (TEODORO *et al.*, 2018).

A alta frequência com que as crianças ficam na frente das telas, faz com que as empresas do ramo alimentício e demais produtos destinados a esse público, utilizem de estratégias para aumentar cada vez mais o desejo de compra de seus produtos, com recursos de persuasão, como o desenvolvimento de mascotes, desenhos, brindes, com a finalidade de gerar mais lucro (SANTANA MK, *et al.*, 2015). Muitas propagandas de alimentos divulgam informações enganosas sobre seus produtos, distorcendo a percepção das crianças sobre o verdadeiro significado de “saudável”. Quanto mais expostas as crianças ficam a essas informações enganosas, menos desenvolvem conhecimento nutricional de forma correta (BINDER *et al.*, 2020).

Um estudo realizado em uma universidade nos EUA mostrou que as crianças menores de 12 anos, passam em média mais de 24 horas por semana assistindo televisão, com acesso a 12,8 propagandas de alimentos por dia, esses alimentos que são em sua maioria de baixa qualidade nutricional (EMOND *et al.*, 2015).

Desta forma, o objetivo do presente estudo foi avaliar a influência que a mídia e a publicidade exercem no consumo alimentar de crianças em idade pré-escolar.

MATERIAIS E MÉTODOS

Trata-se de um estudo descritivo, transversal e quantitativo, no qual foram utilizados dados coletados de crianças, que frequentavam uma escola de educação infantil de um município da Serra Gaúcha. A amostra foi por conveniência e composta por 30 crianças.

Foram utilizados os seguintes critérios de inclusão: crianças de 2 a 6 anos de idade, matriculadas na escola de educação infantil, cujos pais ou responsáveis assinaram o Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE). Foram excluídas da pesquisa crianças cuja os responsáveis não aceitaram participar e crianças com alguma patologia que necessite de uma alimentação restrita e específica. A pesquisa foi aprovada pelo Comitê de Ética da Associação Científica e Cultural Virvi Ramos sob o parecer número 5.290.505.

Para a coleta de dados foi enviado para a residência das crianças, através da agenda escolar, um convite para participar do estudo, um questionário e o Termo de Consentimento Livre e Esclarecido, convidando os pais ou responsáveis a participarem da pesquisa. O questionário desenvolvido pelas pesquisadoras, foi respondido e enviado novamente para a escola, juntamente com o TCLE assinado, numa data definida. No questionário foram coletados dados da criança como: idade, gênero, perguntas relacionadas a preferências alimentares, tempo diário de exposição as mídias como televisão e celular; produtos solicitados pelas crianças aos pais no supermercado e recordatório alimentar de 3 dias não consecutivos.

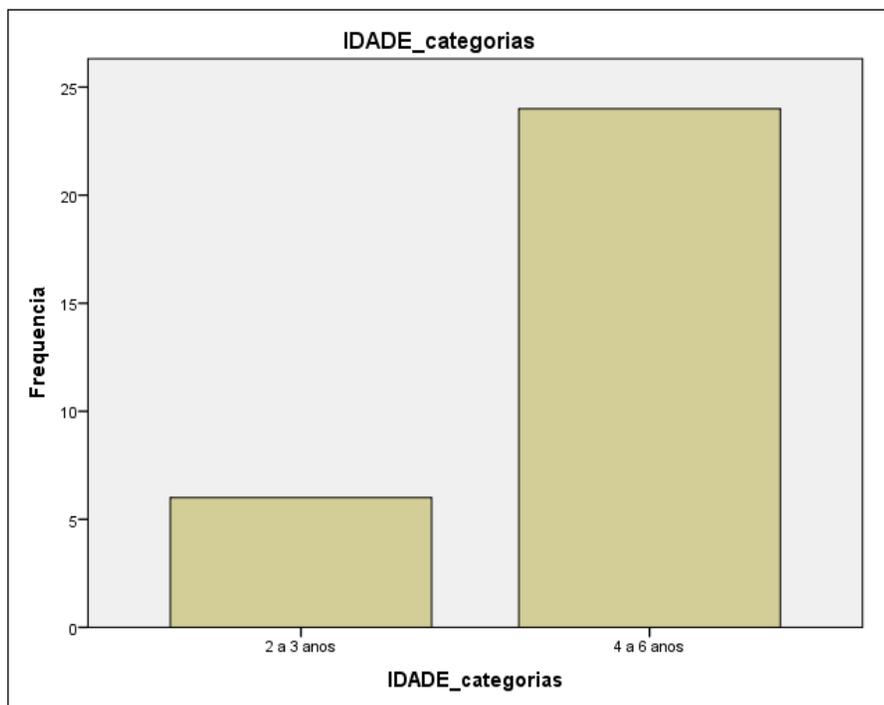
As informações dos recordatórios alimentares foram utilizadas para calcular o valor energético total, macronutrientes e dos micronutrientes: cálcio, ferro e zinco através do *software* Dietbox, e os resultados foram comparados com os valores de referência de ingestão dietética *Dietary Reference Intakes* (DRI, 2011; DRI, 2005). Foi realizada a média aritmética dos 3 recordatórios alimentares, e calculado o percentual de calorias provenientes dos alimentos processados, ultraprocessados e in natura. Os resultados foram comparados com a recomendação do Guia Alimentar para a População Brasileira (BRASIL, 2014).

Para análise estatística descritiva, foi realizado o teste estatístico qui-quadrado e testes de Correlação de Pearson e Spearman. O nível de significância máximo assumido foi de 5% ($p \leq 0,05$) e o *software* utilizado para a análise estatística foi o *Statistical Package for the Social Sciences* (SPSS) 20.0.

RESULTADOS

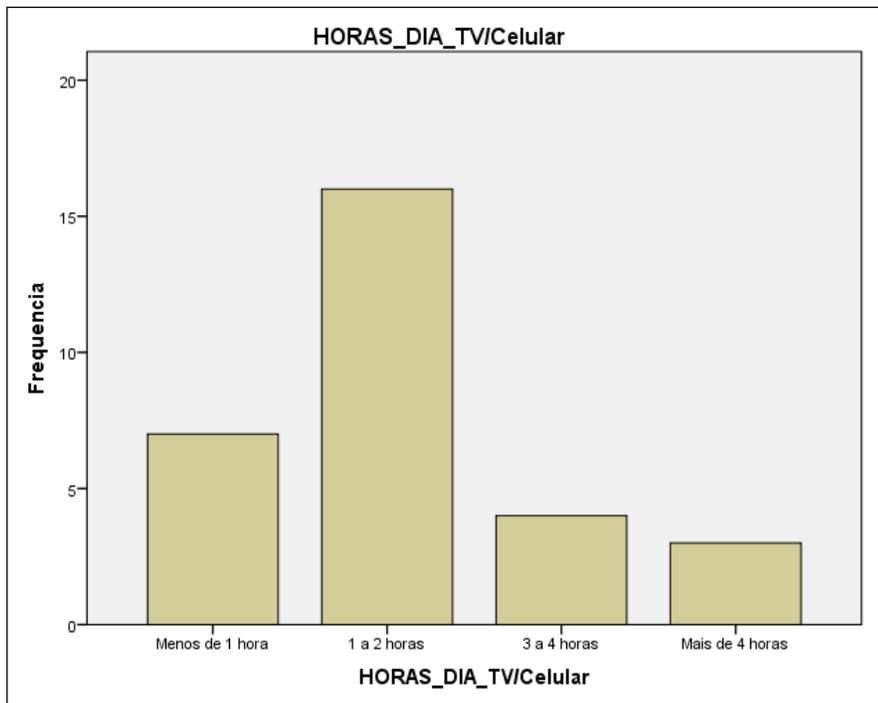
A amostra foi composta por 30 crianças. A média de idade foi de $4,6 \pm 1,3$ anos. A maioria das crianças pertenceu ao grupo da faixa etária de 4 a 6 anos, (Gráfico 1).

Gráfico 1. Frequência da amostra de acordo com a faixa etária.



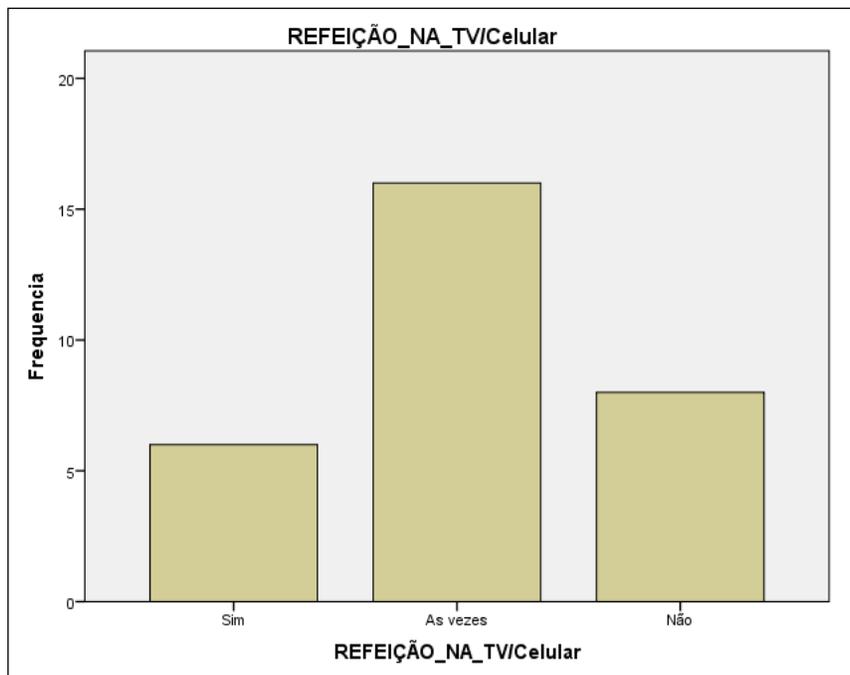
Quanto ao sexo a amostra se revelou homogênea, sendo 53,33% (n=16) meninas e 46,67% (n=14) meninos. Ao analisar a frequência de horas por dia que as crianças ficam expostas à televisão e/ou celular, a maioria permanece conectada por 1 a 2 horas, conforme o Gráfico 2.

Gráfico 2. Frequência de horas que as crianças assistem televisão e/ou celular por dia.



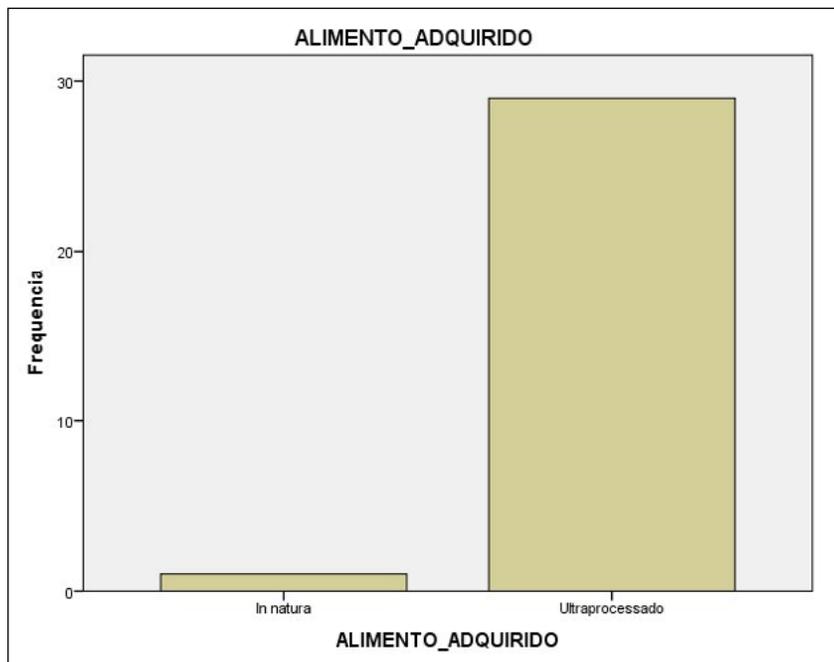
Nos intervalos dos programas, cerca de 80% (n=24) da amostra referiu que a criança assistia a propagandas (n=9 para *sim*; n=15 para *as vezes*). Durante as propagandas o responsável pela criança afirmou que a maioria dos produtos mostrados eram: 58,82% (n=20) brinquedos e 26,47% (n=9) alimentos. Constatou que a maioria das crianças, às vezes realizava alguma refeição assistindo televisão e/ou celular, conforme Gráfico 3.

Gráfico 3. Descrição da frequência de crianças que realizam alguma refeição assistindo televisão e/ou celular.



A maioria dos pais, 86,66% (n=26), já comprou alimentos em supermercado por conter personagens de desenho que a criança gostava de assistir. O gráfico 4 apresenta a classificação dos alimentos de acordo com o nível de processamento. A maioria das crianças adquiriu alimentos classificados como ultraprocessados.

Gráfico 4. Frequência dos alimentos adquiridos pelos pais de acordo com o seu nível de processamento.



Dos pais, 93% (n=28) acreditavam que as propagandas de alimentos na televisão e/ou celular interferem na preferência alimentar das crianças.

A Tabela 1 mostra os valores médios do consumo de macro e micronutrientes pelas crianças. A média de consumo de carboidratos foi de $52,96 \pm 6,53\%$, lipídios de $30,88 \pm 5,82\%$ e de cálcio foi $608 \pm 575\text{mg}$.

Tabela 1. Descrição dos valores médios de cada nutriente avaliado no consumo alimentar.

	Média	± Desvio Padrão
Kcal	1252	247
CHO (%)	52,96	6,53
PTN (%)	16,95	3,42
LIP (%)	30,88	5,82
Cálcio (mg)	608	575
Ferro (mg)	9,4	2,0
Zinco (mg)	6,9	2,2

Legenda: % = percentual; mg = miligramas; Kcal = quilocalorias; CHO = carboidrato; PTN = proteína; LIP = lipídeo.

Ao avaliar a frequência do consumo dos alimentos por dia, o maior consumo foi de alimentos in natura ou minimamente processado, com uma média de consumo de 6 alimentos naturais por dia. Seguido de uma frequência de consumo diário de 3 tipos de alimentos ultraprocessados e um consumo de 2 alimentos ao dia de alimentos classificados como processados (Tabela 2).

Tabela 2. Média da frequência do consumo alimentar em relação ao nível de processamento dos alimentos.

Variável	Categoria	Média da Frequência	DP
Frequência de consumo	In natura ou minimamente processado	6	2,2
	Processado	2	1,3
	Ultraprocessado	3	1,5

DP - Desvio Padrão

A Tabela 3 apresenta a correlação entre as horas por dia em que as crianças assistiam televisão e/ou celular com os nutrientes consumidos.

Tabela 3. Correlação entre o consumo alimentar e a influência da mídia nas crianças.

Variável	Categoria	Horas/dia assistindo televisão e/ou no celular	Refeição assistindo televisão e/ou no celular
Nutrientes	Kcal	0,414	0,681
	CHO (%)	0,560	0,322
	PTN (%)	0,021*	0,846
	LIP (%)	0,749	0,140
	Cálcio (mg)	0,085	0,294
	Ferro (mg)	0,200	0,964
	Zinco (mg)	0,938	0,507
Processamento	In natura	0,157	0,571
	Processado	0,037**	0,226
	Ultraprocessado	0,05***	0,782

Teste de Correlação de Spearman;

* Valor da intensidade da correlação $r = -0,421$

** Valor da intensidade da correlação $r = -0,383$

*** Valor da intensidade da correlação $r = 0,360$

Legenda: % = percentual; mg = miligramas; Kcal = quilocalorias; CHO = carboidrato; PTN = proteína; LIP = lipídeo

Percebeu-se uma correlação significativa regular e negativa ($p=0,021$; $r= - 0,421$) entre as horas na televisão e/ou celular e o consumo de proteína. Ou seja, quanto mais horas as crianças assistiam ao dia, menor era o consumo de proteína. Para os demais nutrientes avaliados, não se obteve resultados significativos.

Ao correlacionar o consumo de alimentos quanto o seu nível de processamento com a influência da mídia, foi observado duas associações significativas: quanto mais tempo as crianças passavam assistindo televisão e/ou celular, menor era o consumo de alimentos processados ($p=0,037$; $r= - 0,383$), em contrapartida, se observou que quanto mais tempo as crianças assistiam, maior foi o consumo de alimentos ultraprocessados ($p=0,05$; $r=0,360$) através de uma correlação positiva regular.

Quanto ao nível de processamento dos alimentos – in natura, processado e ultraprocessado – analisou-se a sua frequência de consumo. Foi possível observar, de uma forma significativa regular e negativa ($p=0,0008$; $r= - 0,478$) a relação que quanto maior o consumo de alimentos in natura, menor foi o consumo de alimentos classificados como ultraprocessados.

Através do teste estatístico qui-quadrado de aderência para proporções esperadas iguais, foi determinado que o consumo de cálcio para as crianças de 4 a 6 anos estava significativamente abaixo do recomendado ($p<0,0001$).

DISCUSSÃO

Atualmente, o tempo que as crianças gastam em frente à televisão e ao computador vem crescendo muito (EMOND *et al.*, 2015). No presente estudo, pode-se verificar que a maioria das crianças ficavam de 1 a 2 horas por dia expostas à televisão e/ou celular, diferindo com os dados do Painel Nacional de Televisão do Ibope Media, que o tempo médio diário que as crianças ficavam expostas à televisão era de 5 horas e 43 minutos (INSTITUTO ALANA, 2015). A televisão é o meio de comunicação mais presente do cotidiano dos brasileiros. Inserido cada vez mais precocemente no dia a dia das crianças, muitas vezes nos primeiros anos de vida e sem o devido controle e limite de tempo (GOMES, 2015).

As crianças estão expostas diariamente a programação televisiva, cercadas de propagandas e comerciais de alimentos que tem como objetivo induzí-las a aquisição de produtos, utilizando o poder de compra que as crianças representam, com objetivo de lucro (SANTANA; OLIVEIRA; CLEMENTE, 2015). No presente estudo, a maioria da amostra referiu que as crianças assistiam propagandas nos intervalos dos programas, principalmente de brinquedos e alimentos. Um estudo realizado em 2014, pelo Centro Universitário do Rio Grande do Norte, avaliou propagandas televisivas de alimentos dirigidas ao público infantil. Nesse estudo foi observada a prevalência de dezenove produtos alimentícios nas propagandas voltadas para o público infantil, do

qual, que 70% se encontravam no topo da pirâmide alimentar infantil, sendo estes alimentos ricos em açúcares simples e gorduras saturadas elevando assim os riscos de doenças crônicas não transmissíveis ainda na infância (SANTANA *et al.*, 2015).

Em relação aos hábitos alimentares, 53,33% (n=16) das crianças do presente estudo realizavam refeições em frente à televisão e/ou celular, corroborando com o estudo realizado com 81 crianças de dois a seis anos de idade, em Gaspar-SC, onde 49,38% realizavam pelo menos uma refeição na frente da televisão (MONTEIRO *et al.*, 2020). Diferentemente das recomendações do guia alimentar para a população brasileira, que orienta realizar a alimentação em lugar tranquilo, sem estímulos para o consumo de quantidades ilimitadas de alimentos (BRASIL, 2014).

Neste estudo a maioria dos pais já compraram alimentos em supermercado por conter personagens de desenho que a criança gostava de assistir, sendo em sua maioria alimentos classificados como ultraprocessados. Observou-se também, que a grande maioria dos pais relatou acreditar que propagandas de alimentos interferiram na preferência alimentar das crianças, diferindo do estudo realizado com crianças na cidade de Novo Hamburgo, no qual 72% dos pais consideram que as propagandas de alimentos não influenciaram, e 28% acreditam que podem influenciar os hábitos alimentares das crianças (PRODANOV; COMADON, 2016).

O público infantil é o grupo de maior vulnerabilidade às estratégias do marketing e da mídia alimentícia devido à imaturidade, pois esse público não possui capacidade crítica necessária para fazer escolhas conscientes referentes à qualidade de sua alimentação (PASSAMANI *et al.*, 2018; FERGUSON, 2013). Desta forma, as empresas investem cada vez mais em publicidade dos alimentos. No ano de 2015, o setor de alimentos ficou entre os 10 segmentos que mais investiram em anúncios publicitários (KANTAR IBOPE MEDIA, 2015).

Quanto ao grau de processamento dos alimentos, o maior consumo foi de alimentos in natura ou minimamente processado, seguido por alimentos ultraprocessados e processados. Os alimentos in natura ou minimamente processados são alimentos fontes de fibras, vitaminas e minerais; não sofrem modificações na composição nutricional, sendo indicado consumir diariamente (BRASIL, 2014). Ainda que os alimentos in natura tenham sido os mais consumidos pelas crianças, o consumo diário encontrado de 3 tipos de alimentos ultraprocessados estava presente, assim como no estudo de Libanio *et al.*, (2019) no qual foi observado elevado consumo de alimentos ultraprocessados entre as crianças da região Sul do Brasil, resultados divergentes ao que preconiza o Guia Alimentar para a População Brasileira, recomendando que os alimentos in natura ou minimamente processados sejam base de uma alimentação nutricionalmente balanceada. O Guia recomenda limitar o uso de alimentos processados, consumindo-os, em pequenas quantidades e evitar os alimentos

ultraprocessados, devido a seus ingredientes serem nutricionalmente desbalanceados (BRASIL, 2014).

Ao realizar a correlação entre as horas por dia em que as crianças assistiam televisão e/ou celular e os nutrientes consumidos, observou-se que quanto mais horas as crianças assistiam, menor era o consumo de proteína. Para as crianças de idade pré-escolar, é fundamental possuir um padrão alimentar equilibrado e adequado às suas necessidades, portanto, é imprescindível uma distribuição adequada em termos de aporte energético/calórico, através de uma alimentação variada, consumindo alimentos que proporcionem os nutrientes necessários em proporção e quantidade adequadas (LOURENÇO *et al.*, 2014).

Ao analisar a frequência de consumo dos alimentos in natura, processados e ultraprocessados e correlacioná-los com a influência da mídia, foi possível observar que quanto maior o consumo de alimentos in natura, menor foi o consumo de alimentos ultraprocessados, quanto mais tempo as crianças passavam assistindo televisão e/ou celular, menor era o consumo de alimentos processados e quanto mais tempo as crianças assistiam, maior foi o consumo de alimentos ultraprocessados.

Segundo o Guia Alimentar para a População Brasileira o consumo de alimentos ultraprocessados tende a diminuir o consumo de alimentos in natura ou minimamente processados (BRASIL, 2014). Os ultraprocessados dominam os anúncios de propagandas de alimentos, que mostram produtos de baixo valor nutricional como se fossem de ótima qualidade, sendo produtos com excesso de gordura, açúcar e sal, que se, consumidos com frequência podem contribuir para o desenvolvimento de doenças crônicas, como diabetes, hipertensão arterial, obesidades e outras doenças (ENGLER; GUIMARÃES; LACERDA, 2016). O Ministério Público e o Programa de Proteção e Defesa do Consumidor (PROCON) são os órgãos responsáveis por punir as empresas que não cumprem as normas relacionadas à publicidade direcionada ao público infantil, através das denúncias das organizações não governamentais (CONSELHO NACIONAL DE AUTORREGULAMENTAÇÃO PUBLICITÁRIA, 2016).

Durante a fase pré-escolar é de extrema importância que a criança possua uma alimentação balanceada em energia, vitaminas e minerais para seu crescimento e desenvolvimento adequado, evitando deficiências de nutrientes como vitamina A, C, D, E, assim como minerais como ferro, cálcio, zinco e magnésio. A ingestão desses nutrientes é essencial para o bom sistema imunológico das crianças, ficando menos suscetíveis a desenvolver doenças graves (SOUZA *et al.*, 2019).

No presente estudo, os valores dos minerais: ferro e zinco atingiram o consumo recomendado de acordo com a faixa etária, porém, a análise dietética de cálcio, estava significativamente abaixo do preconizado. A baixa ingestão ou baixa absorção de cálcio em crianças pode limitar seu desenvolvimento, sendo necessário fornecer quantidades suficientes na fase crítica do crescimento (PALHANO *et al.*, 2021).

O profissional nutricionista, inserido no ambiente escolar, é o profissional mais capacitado para promover hábitos alimentares saudáveis na infância, utilizando ferramentas e métodos, através da educação alimentar e nutricional (GUTIERREZ; DE SALES, 2021).

O estudo apresentou algumas limitações na coleta de dados, pois o método de registro alimentar utilizado para mensurar o consumo alimentar das crianças foram realizados em casa, pelos responsáveis, podendo ocorrer viés de informação. Para minimizar os erros de registro, foram dadas explicações prévias aos professores da escola, para que pudessem orientar os pais quanto ao preenchimento correto dos recordatórios alimentares.

CONCLUSÃO

Os resultados do presente estudo mostraram que, a maioria das crianças em idade pré-escolar, possuíam influência do marketing devido à exposição diária a propaganda de alimentos, através de TV e celular.

Conforme o aumento das horas diárias das crianças expostas a propagandas de alimentos, houve maior consumo de alimentos ultraprocessados e menor consumo de proteína. O consumo de cálcio apresentou relativamente abaixo das recomendações do micronutriente.

A alta frequência de crianças que realizavam suas refeições em frente a televisão e/ou celular, com acesso a anúncios atrativos pela mídia, cria o poder de influência que ela tem sobre os pais no ato das compras e na escolha dos alimentos, sendo em sua maioria, alimentos ultraprocessados. Os alimentos mais consumidos pelas crianças foram alimentos in natura ou minimamente processado, seguido por alimentos ultraprocessados e processados.

É importante ressaltar que a família é fundamental no processo de aprendizado da criança, sendo necessário a restrição de horas em frente às telas e a educação nutricional para a formação de um indivíduo saudável. Conclui-se que Legislação Brasileira deveria ser mais rígida para proteger as crianças dos abusos das publicidades infantis.

REFERÊNCIAS

BINDER, Alice *et al.* 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. **Nutrients**, v. 12, n. 5, p. 1478, 2020.

BERTUOL, Camila Dias; NAVARRO, Antônio Coppi. Consumo Alimentar e prevalência de obesidade/emagrecimento em pré-escolares de uma escola infantil pública. **RBONE-Revista Brasileira de Obesidade, Nutrição e Emagrecimento**, v. 9, n. 52, p. 127-134, 2015.

BRASIL. **Código de defesa do consumidor**. Lei 8.078 de 11/09/90. Brasília, Diário Oficial da União, 1990.

BRASIL. Ministério da Saúde. Guia alimentar para a população brasileira. **2. ed. Brasília: Ministério da Saúde**, 2014.

CONSELHO NACIONAL DE AUTORREGULAMENTAÇÃO PUBLICITÁRIA (CONAR), 2016.

DE CASTRO ENGLER, Rita; GUIMARÃES, Letícia Hilário; DE LACERDA, Ana Carolina Godinho. Design e consumo: a influência da mídia sobre a obesidade infantil. **Blucher Design Proc**, v. 2, p. 5625-37, 2016.

DE FREITAS LIBANIO, Isabela Faraco *et al.* Consumo de alimentos ultraprocessados em crianças atendidas pelo serviço de Atenção Básica na região Sul do Brasil. **International Journal of Nutrology**, v. 12, n. 01, p. 035-040, 2019.

EMOND, Jennifer A. *et al.* Children's food and beverage promotion on television to parents. **Pediatrics**, v. 136, n. 6, p. 1095-1102, 2015.

FERGUSON, Lucinda. Not merely rights for children but children's rights: The theory gap and the assumption of the importance of children's rights. **The International Journal of Children's Rights**, v. 21, n. 2, p. 177-208, 2013.

GOMES, Carolina Fernanda; REIS, Helena Macedo. Marketing digital: sites x redes sociais no Brasil. **Revista Interface Tecnológica**, v. 12, n. 1, p. 53-62, 2015.

GUTIERREZ, Sarah Matos; DE SALES, José Carlos. Fatores que desencadeiam a obesidade infantil e a importância do papel do nutricionista em âmbito escolar Factors that trigger childhood obesity and the importance of the nutritionist's role in the school environment. **Brazilian Journal of Development**, v. 7, n. 10, p. 97539-97550, 2021.

Institute of Medicine. Dietary References Intakes for Energy, Carbohydrate, Fiber, Fat, Fatty acids, Cholesterol, Protein and Amino acids. Washington, DC: National Academic Press; 2005.

Institute of Medicine. Dietary Reference Intakes for Potassium, Sodium and Calcium. The National Academies Press; 2011.

KANTAR IBOPE MEDIA. Investimentos Publicitários no 1º semestre de 2015. São Paulo, SP: 2015.

LOPES, F. M.; DAVI, T. N. Inclusão de Hábitos Alimentares Saudáveis na Educação Infantil com Alunos de 4 e 5 Anos. **Cadernos da FUCAMP**. v. 15, n. 24, 2016.

LOURENÇO, Margarida; SANTOS, Célia; CARMO, Isabel do. Estado nutricional e hábitos alimentares em crianças de idade pré-escolar. **Referência**, v. 4, n. 1, p. 7-14, 2014.

MELO, M. C., OLIVEIRA, G. S. D., SILVA, A. E. A. D., SILVA, D. S. P. da, & AZEVEDO, T. K. B. de. (2018). Crianças Pré-Escolares: uma revisão sobre o consumo de alimentos industrializados. **REVISTA HUMANO SER**, 3(1).

MONTEIRO, Jaine; GOEDERT, Tainara; DA ROSA, Roseane Leandra. Influência da mídia no perfil nutricional de crianças pré-escolares da cidade de Gaspar-SC. **RBONE-Revista Brasileira de Obesidade, Nutrição e Emagrecimento**, v. 14, n. 84, p. 125-130, 2020.

PALHANO, Elaine; DE BRUM, ANA PAULA SCHERER. QUALIDADE DA ALIMENTAÇÃO ESCOLAR DE CRIANÇAS DE UM CENTRO EDUCACIONAL INFANTIL. **Anuário Pesquisa e Extensão Unoesc Videira**, v. 6, p. e29364-e29364, 2021.

PASSAMANI, Camila *et al.* Influência da publicidade na alimentação infantil. **Anais do Salão Internacional de Ensino, Pesquisa e Extensão**, v. 10, n. 2, 2018.

PRODANOV, Sofia Schemes; CIMADON, Hosana Maria Speranza. A influência da publicidade nos hábitos alimentares de crianças em idade escolar. **Revista conhecimento online**, v. 1, p. 3-12, 2016.

SANTANA, Marília Karla Laurentino; OLIVEIRA, C. M.; CLEMENTE, Heleni Aires. Influência da publicidade de alimentos direcionada ao público infantil na formação de hábitos alimentares. **Revuni-rn. [internet]**, 2015.

SOUZA, Luana Carla Andrade *et al.* Perfil nutricional de pré-escolares do programa mais educação na cidade de Goiânia-GO. **Revista de Divulgação Científica Sena Aires**, v. 8, n. 1, p. 36-48, 2019.

TEODORO M.A, Santos L.M.P.G, Lima D.B, Ferreira E.B, Lucia F.D. Estratégia de educação alimentar e nutricional na prevenção de distúrbios nutricionais em pré-escolares. **Revista Eletrônica Extensão**. 2018,15(31).