



**CENTRO UNIVERSITÁRIO PRESIDENTE ANTÔNIO CARLOS  
UNIPAC - BARBACENA  
CURSO DE NUTRIÇÃO**

**GABRIELA OLIVEIRA NASCIMENTO  
VIVIANE VIEIRA ALVES DE SOUSA MELLO**

**A INFLUÊNCIA DA MÍDIA NAS ESCOLHAS ALIMENTARES E NO ESTADO  
NUTRICIONAL DE CRIANÇAS E ADOLESCENTES DE UMA ESCOLA PARTICULAR  
DO INTERIOR DE MINAS GERAIS**

**BARBACENA  
2022**

**GABRIELA OLIVEIRA NASCIMENTO  
VIVIANE VIEIRA ALVES DE SOUSA MELLO**

**A INFLUÊNCIA DA MÍDIA NAS ESCOLHAS ALIMENTARES E NO ESTADO  
NUTRICIONAL DE CRIANÇAS E ADOLESCENTES DE UMA ESCOLA PARTICULAR  
DO INTERIOR DE MINAS GERAIS**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso de Nutrição do Centro Universitário Presidente Antônio Carlos – UNIPAC, como requisito obrigatório para obtenção do título de Bacharela em Nutrição.

Orientadora: Gilce Andrezza de Freitas Folly Zocateli.

**BARBACENA  
2022**

**GABRIELA OLIVEIRA NASCIMENTO  
VIVIANE VIEIRA ALVES DE SOUSA MELLO**

**A INFLUÊNCIA DA MÍDIA NAS ESCOLHAS ALIMENTARES E NO ESTADO  
NUTRICIONAL DE CRIANÇAS E ADOLESCENTES DE UMA ESCOLA PARTICULAR  
DO INTERIOR DE MINAS GERAIS**

**Entregue em: 29/11/2022**

  
\_\_\_\_\_  
GILCE ANDREZZA DE FREITAS FOLLY ZOCATELI - ORIENTADORA

  
\_\_\_\_\_  
GABRIELA OLIVEIRA NASCIMENTO

  
\_\_\_\_\_  
VIVIANE VIEIRA ALVES DE SOUSA MELLO

**BARBACENA  
2022**

# A INFLUÊNCIA DA MÍDIA NAS ESCOLHAS ALIMENTARES E NO ESTADO NUTRICIONAL DE CRIANÇAS E ADOLESCENTES DE UMA ESCOLA PARTICULAR DO INTERIOR DE MINAS GERAIS

Gabriela Oliveira Nascimento<sup>1</sup>

Viviane Vieira Alves de Sousa Mello<sup>1</sup>

Gilce Andrezza de Freitas Folly Zocateli<sup>2</sup>

1. Acadêmica do curso Bacharel em Nutrição, Centro Universitário Presidente Antônio Carlos-UNIPAC, Barbacena – Minas Gerais.

2. Professora orientadora e Mestra do curso de Nutrição, Nutricionista, Centro Universitário Presidente Antônio Carlos-UNIPAC, Barbacena – Minas Gerais.

## RESUMO

**Introdução:** Atualmente, os padrões alimentares de crianças e adolescentes seguem cada vez mais uma tendência para uma alimentação inadequada com aumento do consumo de alimentos ricos em açúcares, sódio e gorduras. Em paralelo, esses indivíduos estão cada vez mais expostos aos conteúdos de mídias digitais. Assim, vale ressaltar que uso excessivo das mídias pode levar a hábitos alimentares inadequados, visto que a mídia utiliza atrativos por meio da associação com brinquedos, desenhos e personagens que podem facilmente influenciar o consumo alimentar infantil. **Objetivo:** Analisar a possível influência da mídia nas escolhas alimentares e no estado nutricional de crianças e adolescentes de 07 a 19 anos estudantes de uma escola no interior de Minas Gerais. **Metodologia:** Foi realizada uma pesquisa transversal por meio da aplicação do Questionário sobre Mídia e Alimentação. Os dados coletados foram utilizados para investigar a relação da mídia nas escolhas alimentares de crianças e adolescentes. **Resultados:** Participaram do estudo 47 alunos, na qual 40,4% eram do sexo feminino e 59,6% masculino. De acordo com o Índice de Massa Corporal por Idade (IMC/I), 61,7% estavam eutróficos e 21,3% obesos. Os participantes do sexo masculino apresentaram maior peso ( $p= 0,012$ ) e maior IMC ( $p= 0,008$ ) quando comparados aos do sexo feminino. Dentre os participantes da pesquisa, 97,9% relataram que gostavam de jogar jogos e assistir vídeos nas mídias, com frequência de utilização mais elevada entre 1 e 2 horas por dia. Utilizam as mídias sozinhos 78,7% das crianças e o aparelho digital preferido é o celular, sendo que quem prefere o computador apresentou peso maior ( $p= 0,024$ ). Dos alunos, 38,3% relataram que comem somente alimentos não saudáveis enquanto assistem às mídias e o principal local das refeições é a mesa. Segundo os filhos, 72,3% dos pais os orientam a comer de forma saudável. O alimento preferido por 60,3% das crianças e adolescentes são os saudáveis. E ainda, a frequência de consumo de alimentos saudáveis é maior do que a de alimentos não saudáveis. **Conclusão:** Concluiu-se que há influência das mídias e aparelhos digitais no estado nutricional das crianças e adolescentes.

**Palavras-chave:** Criança. Adolescente. Comportamento Alimentar. Mídia audiovisual. Tempo de tela.

## ABSTRACT

**Introduction:** Currently, the dietary patterns of children and adolescents increasingly follow a trend towards inadequate nutrition with increased consumption of foods rich in sugars, sodium and fats. In parallel, these individuals are increasingly exposed to digital media content. Thus, it is worth mentioning that excessive use of media can lead to inappropriate eating habits, as the media uses attractions through association with toys, drawings and characters that can easily influence children's food consumption. **Objective:** To analyze the possible influence of the media on the food choices and nutritional status of children and adolescents aged 07 to 19 years who are students at a school in the interior of Minas Gerais. **Methodology:** A cross-sectional survey was carried out through the application of the Questionnaire on Media and Food. The collected data were used to investigate the relationship between the media and the food choices of children and adolescents. **Results:** 47 students participated in the study, in which 40.4% were female and 59.6% male. According to the Body Mass Index by Age (BMI/A), 61.7% were eutrophic and 21.3% obese. Male participants had higher weight ( $p= 0.012$ ) and higher BMI ( $p= 0.008$ ) when compared to female participants. Among the survey participants, 97.9% reported that they liked to play games and watch videos on the media, with a higher frequency of use between 1 and 2 hours a day. 78.7% of the children use media alone and the preferred digital device is the cell phone, with those who prefer the computer showing greater weight ( $p= 0.024$ ). Of the students, 38.3% reported that they only eat unhealthy food while watching the media and the main place for meals is the table. According to their children, 72.3% of parents advise them to eat healthily. The food preferred by 60.3% of children and adolescents is healthy. Furthermore, the frequency of consumption of healthy foods is greater than that of unhealthy foods. **Conclusion:** It was concluded that there is influence of media and digital devices on the nutritional status of children and adolescents.

**Keywords:** Child. Adolescent. Feeding Behavior. Audiovisual media. Screen time.

## 1 INTRODUÇÃO

A alimentação é uma das necessidades mais importantes para o desenvolvimento do ser humano, na qual estão envolvidos os aspectos biológicos, sociais, psicológicos e econômicos. Alimentar-se adequadamente é necessário em todas as etapas da vida, entretanto, é na infância e na adolescência que ocorre uma maior demanda de macro e micronutrientes específicos para esta faixa etária, necessitando, assim, se atentar à alimentação desse público.<sup>1</sup>

É notório que os padrões alimentares de crianças e adolescentes seguem cada vez mais uma tendência para uma alimentação inadequada, com maior consumo de alimentos ricos em açúcares, sódio, gorduras, com deficiência de fibras e falta de variedade de micronutrientes. O elevado consumo de alimentos ultraprocessados e do tipo fast food são hábitos alimentares incorretos que podem acarretar sérios problemas na saúde de crianças e adolescentes, como a obesidade infantil.<sup>2</sup>

A o aumento na prevalência de obesidade infantil tem sido atribuída à ingestão excessiva de alimentos processados, ultraprocessados e também ao sedentarismo. Estudos apontam que as principais causas da obesidade infantil são a ingestão de alimentos pobres em nutrientes e ricos em açúcares e gorduras, como os biscoitos recheados e salgadinhos de pacote, ingestão regular de bebidas açucaradas, como refrigerantes, além da prática insuficiente de atividade física.<sup>3</sup>

No entanto, além de aumentar a ocorrência de obesidade infantil, o consumo excessivo de alimentos processados e ultraprocessados também aumenta o risco para o aparecimento de diversas doenças crônicas não transmissíveis, a título de exemplo doenças cardiovasculares, diabetes mellitus e hipertensão arterial.<sup>4</sup>

Sob o ponto de vista alimentar, um dos principais causadores de obesidade no mundo tem sido o marketing de alimentos por exercer grande influência na escolha alimentar dos indivíduos, além de incentivar o consumo de alimentos com alta densidade calórica e pobres em nutrientes. Por isso, a exposição de crianças e adolescentes à mídia durante as refeições faz com que esses indivíduos adotem um padrão alimentar não saudável, pois acabam sendo expostos a inúmeros anúncios que podem influenciar suas escolhas alimentares, bem como o seu consumo.<sup>4</sup>

É evidente que os hábitos alimentares inadequados são, na maioria das vezes, influenciados pela mídia através de anúncios e propagandas chamativas. Entretanto, não há como evitar a exposição de crianças e adolescentes aos diversos meios de publicidade, haja vista que a televisão, o computador, o tablet e o celular se tornaram companheiros desse público.<sup>4</sup>

Atualmente, a publicidade por meio da mídia é uma ferramenta de marketing que divulga e promove inúmeras marcas e produtos, com o objetivo de expandir determinado seguimento de mercado e também de atrair e influenciar os consumidores na compra de determinados produtos, inclusive de alimentos. Além disso, o marketing nutricional utiliza técnicas para promover a venda dos seus produtos, ideias e iniciativas e ainda com um apelo de compra.<sup>5,6</sup>

As estratégias de marketing são criadas visando atingir de forma eficaz seu público-alvo, principalmente, crianças e adolescentes, já que, esses indivíduos são considerados um público de fácil poder de convencimento. Um exemplo disso é a utilização de atrativos pela mídia por meio de associação com brinquedos, desenhos animados e personagens voltados para crianças e adolescentes, podendo facilmente influenciar seus hábitos e suas preferências alimentares, os quais prosseguirão até a vida adulta.<sup>7,8</sup>

Tendo em vista que a mídia audiovisual pode influenciar de maneira negativa os hábitos e preferências alimentares do público infantil, é de suma importância avaliar a relação da mídia nas escolhas alimentares de crianças e adolescentes, já que somente uma alimentação saudável, equilibrada e adequada em macro e micronutrientes é capaz de garantir um bom desenvolvimento físico e mental dos indivíduos, além de aumentar a capacidade de aprendizado, melhorar o nível de saúde, promover maior resistência à infecções e prevenir uma série de doenças.<sup>5,8</sup>

Assim, diante de todo esse contexto abordado, essa pesquisa teve como objetivo analisar a possível influência da mídia nas escolhas alimentares e no estado nutricional de crianças e adolescentes de 07 a 19 anos estudantes de uma escola no interior de Minas Gerais.

## 2 METODOLOGIA

Tratou-se de um estudo observacional do tipo transversal que foi realizado em uma escola de rede privada numa cidade no interior de Minas Gerais. A pesquisa foi realizada de forma presencial.

O número estimado de participantes do estudo era de até 125 estudantes, entretanto, participaram da pesquisa apenas 47 alunos entre a faixa etária de 07 a 19 anos, matriculados em uma escola da rede particular de uma cidade de Minas Gerais.

Os critérios de inclusão dessa pesquisa foram: escolares e adolescentes de 07 a 19 anos, estudantes da instituição de ensino, do sexo masculino e feminino, que tiveram participação na pesquisa autorizada pelos pais ou responsável por meio do Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE) e que assinaram o Termo de Assentimento Livre e Esclarecido consentindo voluntariamente na sua participação. Os critérios de exclusão foram: alunos menores de 07 anos e acima de 19 anos, não alunos da instituição de ensino, crianças e adolescentes que não tiveram o Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE) assinado pelos pais ou responsável e que se recusaram a participar da pesquisa, não assinando o Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TALE).

A relação da mídia com as escolhas alimentares de crianças e adolescentes foi investigada por meio de um questionário (ANEXO I) semiestruturado, adaptado de Rezende<sup>9</sup> e composto por 30 perguntas discursivas e objetivas, incluindo um Questionário de Frequência Alimentar (QFA) e dados gerais, tais como idade, sexo e data de nascimento, que teve o intuito de avaliar o consumo alimentar das crianças, identificar os programas e jogos prediletos, descobrir por quanto tempo as crianças usam as mídias ao longo do dia, se elas comem enquanto usam o celular, tablet, computador, notebook ou televisão e se sentem vontade de comer os alimentos que são mostrados na tela.

Para verificar a frequência do consumo de alimentos entre os participantes dessa pesquisa considerou-se como saudável o arroz, leite/iogurte, carne sem muita gordura, frutas, verduras e legumes e como não saudável o biscoito recheado, hambúrguer, doces, salgadinho de pacote e refrigerante. Sendo que, para quem não consome os alimentos pontuou-se com 0 (zero), 1 ponto para quem come 1 vez na semana, 2 pontos

para quem come 2 a 3 vezes na semana, 3 pontos para quem come 4 a 5 vezes na semana e 4 pontos para quem come mais de 5 vezes na semana (6 ou 7 dias). Posto isso, a pontuação de frequência de consumo de alimentos saudáveis e não saudáveis variou de 0 pontos (menor frequência) até 20 pontos (maior frequência).

Além disso, o peso e estatura dos participantes foram aferidos pelas pesquisadoras durante a aplicação do questionário sobre mídia e alimentação de acordo com as técnicas antropométricas do Ministério da Saúde.<sup>10</sup> O peso dos participantes foi aferido por meio de balança de campo tipo eletrônica (digital) da marca G-Tech com capacidade de 150 quilos (kg), sendo colocada em uma superfície lisa e nivelada.<sup>10</sup> Já a estatura foi aferida com uma fita métrica inelástica afixada em uma parede lisa e sem rodapé.<sup>10</sup> A partir da aferição do peso e estatura foi calculado o Índice de Massa Corporal (IMC) e, depois, foram feitas as classificações do estado nutricional segundo as curvas de crescimento da Organização Mundial da Saúde (OMS). Para as crianças menores de 10 anos foram utilizadas as curvas de Peso para Idade (P/I), Índice de Massa Corporal para Idade (IMC/I) e Estatura para Idade (E/I). Para os adolescentes maiores de 10 anos foram utilizadas apenas as curvas de IMC/I e E/I.<sup>10,11</sup>

As crianças e adolescentes foram informados quanto aos objetivos, procedimentos, riscos e benefícios do estudo e foram incluídos na pesquisa apenas os participantes que aceitarem e tiverem o Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE) assinado pelos pais ou responsáveis e o Termo de Assentimento Livre e Esclarecido (TALE) assinado pelos participantes.

O projeto de pesquisa somente foi realizado após ser aprovado pelo Comitê de Ética em Pesquisa (CEP) com seres humanos, sob o parecer nº: 5.529.530. Declara-se ainda que não houve conflitos de interesse na realização desta pesquisa. Para a realização da pesquisa foi coletada a autorização da diretora da instituição de ensino por meio do Termo de Anuência antes da submissão ao CEP.

Para a análise dos resultados, foi elaborado um banco de dados tabulado no Microsoft® Office Excel com todas as informações obtidas pelos questionários. O teste Shapiro-Wilk foi aplicado com um intervalo de confiança de 95% para verificar a normalidade da distribuição dos dados quantitativos. Todas as variáveis quantitativas foram apresentadas na forma de média  $\pm$  desvio padrão (para variáveis com distribuição

normal pelo teste Shapiro-Wilk) e/ou em mediana (intervalo interquartil) (para variáveis sem distribuição normal pelo teste Shapiro-Wilk) e em frequência absoluta e relativa na estatística descritiva. Foi realizado o teste T independente de para comparação de médias entre grupos bivariados. O teste ANOVA (Análise de Variância) de uma via foi aplicado para comparar médias de grupos multivariados. Tanto o teste T independente quanto a ANOVA são robustos para variáveis não paramétricas em amostras com  $n > 30$ , sendo assim, não foram realizados testes estatísticos não paramétricos de comparação. Todos os testes foram realizados com um intervalo de confiança de 95% utilizando-se o programa IBM SPSS Statistics 20.

### 3 RESULTADOS

Dos 125 alunos matriculados na escola, apenas 47 apresentaram o consentimento dos pais ou responsáveis para participação na pesquisa e o assentimento dos próprios participantes, assim sendo, a amostra foi composta por 47 participantes. Os estudantes apresentaram mediana de idade de 10 (8 – 12) anos, com peso médio de  $40,62 \pm 14,85$  Kg, estatura média de  $1,46 \pm 0,15$  metros e IMC médio de  $18,29 \pm 3,86$  Kg/m<sup>2</sup>, de acordo com a Tabela 1.

**Tabela 1.** Idade, estado nutricional e frequência do consumo de alimentos por crianças e adolescentes de 7 a 19 anos estudantes de escola privada em Minas Gerais, 2022.

<b>Informações sobre idade, estado nutricional e consumo alimentar</b>	Média $\pm$ Desvio Padrão ou Mediana (Intervalo Interquartil: Quartil 1 – Quartil 3)
<b>Idade</b>	10 (8 – 12) anos
<b>Peso</b>	$40,62 \pm 14,85$ Kg
<b>Estatura</b>	$1,46 \pm 0,15$ metros
<b>Índice de Massa Corporal (IMC)</b>	$18,29 \pm 3,86$ Kg/m <sup>2</sup>
<b>Média do consumo de alimentos saudáveis pelo Questionário de Frequência Alimentar</b>	$12,08 \pm 4,35$ pontos
<b>Média do consumo de alimentos não saudáveis pelo Questionário de Frequência Alimentar</b>	$6,34 \pm 3,41$ pontos

Dados apresentados em média  $\pm$  desvio padrão ou mediana (intervalo interquartil: quartil 1 – quartil 3) segundo o teste de normalidade de Shapiro-Wilk, 95% de confiança.

Legenda: IMC - índice de massa corporal; Kg – quilograma; Kg/m<sup>2</sup> – quilograma por metro quadrado.

Ao aplicar o questionário sobre mídia e alimentação observou-se que 59,6% dos participantes eram do sexo masculino. Ademais, de acordo com a classificação do IMC para idade (IMC/I), 29 participantes apresentaram eutrofia e cerca de 30% excesso de peso (obesidade e sobrepeso) (Tabela 2).

**Tabela 2.** Gênero e classificação do estado nutricional de crianças e adolescentes de 7 a 19 anos estudantes de uma escola privada em Minas Gerais, 2022.

Gênero e estado nutricional		Frequência absoluta (n)	Frequência relativa (%)
Gênero	Feminino	19	40,4
	Masculino	28	59,6
Classificação do Índice de Massa Corporal para a Idade (IMC/I)	Magreza	4	8,5
	Eutrofia	29	61,7
	Sobrepeso	4	8,5
	Obesidade	10	21,3
Classificação de Estatura por Idade (E/I)	Estatura adequada para a idade	47	100
	Baixa estatura para a idade	0	0
Classificação de Peso por Idade (P/I)* (n=21)	Baixo peso para a idade	1	4,8
	Peso adequado para a idade	16	76,2
	Peso elevado para a idade	4	19,0

Legenda:

n = frequência absoluta de pacientes com a informação coletada constando no prontuário; % = frequência relativa de pacientes em relação ao total de 100% das 47 crianças participantes; IMC – Índice de Massa Corporal; IMC/I – Índice de massa corporal por idade; E/I – Estatura por Idade; P/I – Peso por idade.

\*P/I somente foi realizada para estudantes de até 10 anos, conforme preconiza a Organização Mundial da Saúde.

De acordo com os dados obtidos nessa pesquisa, 97,9% (n=46) das crianças e adolescentes afirmaram gostar de jogar jogos no celular, computador, videogame, além de assistir vídeos nas mídias. Além do mais, a frequência de horas gastas nas mídias foi de 1 a 2 horas por dia (somadas) para mais de 60% dos participantes, conforme dados mostrados no Tabela 3.

**Tabela 3.** Frequências em relação ao uso de aparelhos digitais e suas características de crianças e adolescentes de 7 a 19 anos estudantes de uma escola privada em Minas Gerais, 2022.

Informações sobre uso de aparelhos digitais		Frequência	Frequência
		absoluta (n)	relativa (%)
Gosta de jogar jogos nos aparelhos digitais (n=47)	Sim	46	97,9
	Não	1	2,1
Tempo diário usual gasto em jogos durante o dia (n=46)	Menos de 1 hora	17	36,2
	2 horas	16	34,0
	3 horas	5	10,6
	4 horas	4	8,5
	5 horas ou mais	4	8,5
Gosta de assistir vídeos nas mídias (n=47)	Sim	46	97,9
	Não	1	2,1
Tempo diário usual gasto assistindo vídeos nas mídias (n=46)	Menos de 1 hora	14	29,8
	2 horas	15	31,9
	3 horas	9	19,1
	4 horas	5	10,6
	5 horas ou mais	3	6,4
Possui redes sociais (n=47)	Sim	40	85,1
	Não	7	14,9
Tempo diário usual navegando nas redes sociais (n=40)	Menos de 1 hora	26	55,3
	2 horas	6	12,8
	3 horas	5	10,6
	4 horas	2	4,3
	5 horas ou mais	1	2,1
Possui plano de televisão por assinatura ou streaming por assinatura em casa	Sim	45	95,7
	Não	2	4,3

Tempo diário usual gasto assistindo desenhos, filmes ou séries na televisão ou streaming por assinatura (n=46)	Menos de 1 hora	20	42,6
	2 horas	15	31,9
	3 horas	5	10,6
	4 horas	3	6,4
	5 horas ou mais	3	6,4
Aparelho digital preferido (n=47)	Celular	33	70,2
	Videogame	5	10,6
	Computador	4	8,5
	Televisão	3	6,4
	Tablet	2	4,3
Pais ou responsáveis controlam o tempo gasto em aparelhos digitais e nas mídias	Sim	19	40,4
	Não	8	17,0
	Às vezes	20	42,6
Na maior parte do tempo, usa os aparelhos digitais ou mídias sozinho ou acompanhado (n=47)	Sozinho	37	78,7
	Acompanhado	10	21,3
Companhia para uso das mídias, jogos e vídeos (n=11)	Mãe ou Pai	7	14,9
	Irmãos	2	4,3
	Primos	1	2,1
	Outros	1	2,1

Legenda: n = frequência absoluta de pacientes com a informação coletada constando no prontuário; % = frequência relativa de pacientes em relação ao total de 100% das crianças participantes.

Segundo ainda é possível observar que 55% (n=40) dos participantes possuem redes sociais (85,1%) e, 55,3% (n=26) usam esses meios de comunicação por menos de 1 hora por dia, evidenciando que, a maior parte dos participantes utilizam as redes sociais por pouco tempo. Além disso, 95,7% (n=45) dos participantes possuem algum plano de televisão por assinatura ou plataforma de streaming, sendo que, 42,6% (n=20) utilizam essas mídias por assinatura por menos de 1 hora por dia, enquanto, 57,4% (n=26) utilizam diariamente por 2 horas ou mais.

Em relação ao aparelho digital preferido dos participantes dessa pesquisa, o celular foi o mais mencionado, com 70,2% (n=33). Foi constatado que 42,6% (n=20) dos pais ou responsáveis controlam às vezes o tempo que os filhos utilizam as mídias digitais (Tabela 3).

No que se refere ao consumo de alimentos durante o uso de celular, videogame, computador e televisão (Tabela 4), mais de 50% (n=27) dos participantes relataram comer enquanto utilizam as mídias digitais e 38,3% (n=18) afirmaram consumir apenas alimentos não saudáveis. Ademais, 46,8% (n=22) relataram não consumir quantidade maior de alimentos quando utilizam aparelhos digitais, contudo, 31,9% (n=15) revelaram às vezes consumir mais alimentos enquanto usam as mídias digitais.

**Tabela 4.** Frequências em relação à alimentação e uso dos aparelhos digitais de crianças e adolescentes de 7 a 19 anos estudantes de escola privada em Minas Gerais, 2022.

<b>Informações sobre alimentação e uso dos aparelhos digitais</b>	<b>Frequência absoluta (n)</b>	<b>Frequência relativa (%)</b>
Come algo enquanto usa aparelhos digitais e as mídias?	Sim	27,7
	Não	14,9
	Às vezes	57,4
O que come enquanto usa o aparelho digital e mídias é...	... somente saudável	14,9
	... somente não saudável	38,3
	... saudável e não saudável	27,7
Come mais alimentos quando usa os aparelhos digitais? (n=47)	Sim	21,3
	Não	46,8
	Às vezes	31,9
Costuma comer sozinho ou acompanhado? (n=46)	Sozinho	31,9
	Acompanhado	66,0
Local das refeições (n=47)	No sofá	6,4
	Na mesa	78,7
	No quarto	2,1

	Em frente ao computador, celular ou televisão		
		6	12,8
Pais ou responsáveis orientam a comer frutas, legumes e verduras?(n=47)	Sim	34	72,3
	Não	1	2,1
	Às vezes	11	23,4
Come frutas, legumes e verduras quando seus pais ou responsáveis pedem (n=46)	Sim	30	63,8
	Não	4	8,5
	Às vezes	12	25,5
Gosta ou come frutas, legumes e verduras por obrigação ? (n=43)	Gosto	31	66,0
	Obrigaçã	12	25,5
Pedem aos pais ou responsáveis que comprem alimentos anunciados nas propagandas?	Sim	6	12,8
	Não	23	48,9
	Às vezes	18	38,3
Os pais compram os alimentos pedidos por terem sido visto nas propagandas?	Sim	8	17,0
	Não	5	10,6
	Às vezes	19	40,4
O alimento preferido é saudável?	Sim	30	63,8
	Não	17	36,2

Legenda: n = frequência absoluta de pacientes com a informação coletada constando no prontuário; % = frequência relativa de pacientes em relação ao total de 100% das 47 crianças participantes.

De acordo com a Tabela 4, mais da metade dos participantes (66%) (n=31) costumam fazer suas refeições acompanhados e 78,7% (n=37) fazem suas refeições na mesa. Ademais, quando questionados se os pais ou responsáveis os orientam a comer frutas, legumes e verduras (FLV), 72,3% (n=34) das crianças e adolescentes responderam que sim, e ainda, 63,8% (n=30) relataram comer FLV quando seus pais ou

responsáveis pedem que o façam. Também foi observado que 66,0% (n=31) das crianças e adolescentes consomem FLV porque gostam e não por obrigação.

Observou-se ainda que, 48,9% (n=23) das crianças e adolescentes não pedem aos pais ou responsáveis para comprarem alimentos anunciados nas propagandas. O alimento preferido de 63,8% (n=30) dos participantes é saudável, enquanto 36,2% (n=17) preferem alimento não saudável. Logo, a maioria das crianças e adolescentes de 7 a 19 anos de uma cidade do interior de Minas Gerais prefere consumir alimentos saudáveis (Tabela 4).

Ao avaliar a frequência de consumo de alimentos saudáveis (Quadro 5), observou-se que o consumo por mais de cinco vezes na semana foi de 78,7% (n=37) para o arroz, 25,5% (n=12) leite/iogurte, 25,5% (n=12) carne sem muita gordura, 29,8% (n=14) frutas e 23,4% (n=11) verduras e legumes. Por outro lado, ao avaliar a frequência de consumo de alimentos não saudáveis, encontrou-se consumo por mais de cinco vezes na semana de 6,4% (n=3) dos participantes em relação ao biscoito recheado, 14,9% (n=7) consomem doces, 2,1% (n=1) consome salgadinho de pacote e 8,5% (n=4) consomem refrigerante contudo, ninguém consome hambúrguer nesta frequência. Logo, alimentos saudáveis possuem frequência de consumo por mais vezes na semana bem maior do que os alimentos não saudáveis.

**Tabela 5.** Avaliação da frequência do consumo de alimentos saudáveis e não saudáveis em crianças e adolescentes de 7 a 19 anos estudantes de escola privada em Minas Gerais, 2022.

Alimentos	Frequência de consumo dos alimentos em n (%)				
	Não consome	Consome uma vez na semana	Consome de duas a três vezes na semana	Consome de quatro a cinco vezes na semana	Consome mais de cinco vezes na semana
Arroz	1 (2,1%)	4 (8,5%)	2 (4,3%)	3 (6,4%)	37 (78,7%)
Leite/ iogurte	15 (31,9%)	7 (14,9%)	5 (10,6%)	8 (17,0%)	12 (25,5%)
Carne sem muita gordura	7 (14,9%)	9 (19,1%)	11 (23,4%)	8 (17,0%)	12 (25,5%)
Frutas	8 (17,0%)	6 (12,8%)	9 (19,1%)	10 (21,3%)	14 (29,8%)
Biscoito recheado	16 (34,0%)	15 (31,9%)	7 (14,9%)	6 (12,8%)	3 (6,4%)
Hambúrguer	20 (42,6%)	19 (40,4%)	8 (17,0%)	0	0
Verduras e legumes	10 (21,3%)	6 (12,8%)	9 (19,1%)	11 (23,4%)	11 (23,4%)
Doces	5 (10,6%)	11 (23,4%)	21 (44,7%)	3 (6,4%)	7 (14,9%)
Salgadinho de pacote	18 (38,3%)	16 (34,0%)	10 (21,3%)	2 (4,3%)	1 (2,1%)
Refrigerante	13 (27,7%)	10 (21,3%)	18 (39,3%)	2 (4,3%)	4 (8,5%)

Legenda: n = Frequência absoluta de pacientes com a informação coletada constando no prontuário; % = frequência relativa de pacientes em relação ao total de 100% das 47 crianças participantes.

Ainda em relação ao consumo de alimentos saudáveis (Quadro 5), também foi possível identificar que 2,1% (n=1) dos participantes não consomem arroz, 31,9% (n=15) não consomem leite/iogurte, 14,9% (n=7) não consomem carne sem muita gordura, 17,0% (n=8) não consomem frutas e 21,3% (n=10) não consomem verduras e legumes. Já em relação ao consumo de alimentos não saudáveis, observou-se que 34,0% (n=16) dos participantes não consomem biscoito recheado, 42,6% (n=20) não consomem hambúrguer, 10,6% (n=5) não consomem doces, 38,3% (n=18) não consomem salgadinho de pacote e 27,7% (n=13) não consomem refrigerante. Logo, há uma

frequência maior da ausência de consumo de alimentos não saudáveis do que de alimentos saudáveis.

Segundo a Tabela 6, o teste T independente mostrou ainda que, em média, as crianças e adolescentes que possuem redes sociais apresentam maior idade ( $t(14,547) = 2,938; p=0,010$ ), maior peso ( $t(45) = 2,567; p=0,014$ ), maior estatura ( $t(45) = 2,270; p=0,028$ ) e maior IMC ( $t(45) = 2,453; p=0,018$ ) do que as crianças e adolescentes que não possuem redes sociais. Logo, quem possui redes sociais é estatisticamente mais velho tendo em média  $10,48 \pm 2,32$  anos, é mais pesado ( $42,85 \pm 14,71$  Kg), mais alto ( $1,48 \pm 0,15$  metros) e tem maior IMC ( $18,84 \pm 3,72$  Kg/m<sup>2</sup>) do que as crianças e adolescentes que não tem redes sociais ( $8,71 \pm 1,25$  anos;  $28,07 \pm 8,26$  Kg;  $1,35 \pm 0,07$  metros e  $15,15 \pm 3,27$  Kg/m<sup>2</sup>). Isso demonstra como as mídias têm relação com a idade e estado nutricional das crianças.

**Tabela 6.** Comparação de médias de idade, estado nutricional e consumo de alimentos entre crianças e adolescentes de 7 a 19 anos estudantes de escola privada em Minas Gerais que possuem que não possuem redes sociais, 2022.

Informações de idade, estado nutricional e consumo alimentar	Possuir redes sociais		p
	Sim	Não	
Idade	$10,48 \pm 2,32$ anos	$8,71 \pm 1,25$ anos	<b>0,010</b>
Peso	$42,85 \pm 14,71$ Kg	$28,07 \pm 8,26$ Kg	<b>0,042</b>
Estatura	$1,48 \pm 0,15$ metros	$1,35 \pm 0,07$ metros	<b>0,028</b>
Índice de Massa Corporal (IMC)	$18,84 \pm 3,72$ Kg/m <sup>2</sup>	$15,15 \pm 3,27$ Kg/m <sup>2</sup>	<b>0,018</b>
Média de consumo de alimentos saudáveis pelo Questionário de Frequência	$12,35 \pm 4,50$ pontos	$10,57 \pm 3,15$ pontos	0,324

Média de consumo de alimentos não saudáveis pelo Questionário de Frequência	6,37 ± 3,64 pontos	6,14 ± 1,77 pontos	0,796
---	-----------------------	-----------------------	-------

Legenda: IMC – Índice de Massa Corporal; p = probabilidade segundo a teste t independente para comparação de médias, 95% de confiança; Kg – quilograma; Kg/m<sup>2</sup> – quilograma por metro quadrado.

O teste T independente (Tabela 6) também mostrou que quem tem um alimento saudável como preferido apresenta maior frequência média de consumo de alimentos saudáveis (13,40 ± 3,71 pontos) do que aqueles que relataram o alimento preferido como algum não saudável (9,76 ± 4,53 pontos).

De acordo com a Tabela 7, a ANOVA de uma via mostrou que existe diferença do peso corporal entre as crianças que preferem diferentes aparelhos digitais [F(4,42)=3,152;  $p=0,024$ ], sendo que, as crianças que preferem usar computador apresentaram peso corporal maior do que as que preferem usar o celular, videogame, tablet ou televisão. Logo, quem prefere usar computador é mais pesado do que quem prefere outro aparelho digital demonstrando a influência da mídia no estado nutricional. Contudo, a idade e estatura das crianças não são diferentes entre as crianças com diferentes preferências de aparelhos digitais ( $p>0,05$ ).

**Tabela 7.** Análise de Variância do peso corporal entre crianças e adolescentes de 7 a 19 anos estudantes de escola privada em Minas Gerais que preferem diferentes aparelhos digitais, 2022.

Qual é o aparelho digital preferido?	Peso Corporal (em quilos)
Celular	40,40 ± 14,99 <sup>a</sup>
Videogame	38,90 ± 5,92 <sup>a</sup>
Computador	59,97 ± 10,63 <sup>b</sup>
Tablet	23,60 ± 3,67 <sup>a</sup>
Televisão	31,50 ± 7,57 <sup>a</sup>
$p = 0,024$	

Legenda: <sup>a, b</sup> Médias ± desvio padrão seguidas de mesmas letras, na coluna, não diferem entre si ( $p>0,05$ ), mas seguidas de letras diferentes, na coluna, diferem entre si segundo a ANOVA (Análise de Variância) de uma via e o post-hoc de LSD a 95%.

## 4 DISCUSSÃO

Ao analisar as frequências das classificações de IMC/I constatou-se que 21,3% dos estudantes desse estudo apresentaram obesidade e 8,5% sobrepeso (Tabela 2). Somando essas duas frequências observa-se que, cerca de 30% da população analisada foi classificada com excesso de peso pelos IMC/I. Nesse contexto, a realidade encontrada nos estudantes do presente estudo é reafirmada em realidades observadas em outras pesquisas no Brasil. Segundo uma pesquisa realizada por Souza *et al.*<sup>12</sup> em escolares de 7 a 10 anos de idade de uma escola da rede pública estadual do Rio Grande do Sul, a prevalência de excesso de peso foi de 37,1%, o que vai de encontro com os valores encontrados no atual estudo. Ademais, em outro estudo feito por Rodrigues *et al.*<sup>13</sup>, foram encontrados índices de sobrepeso e obesidade superiores ao de baixo peso, assemelhando-se ao do presente estudo.

Posto isso, sabe-se que o excesso de peso já vem sendo observado em crianças a partir de cinco anos de idade e, em decorrência disso, é considerado um fator preocupante, uma vez que o sobrepeso e a obesidade são fatores de risco para inúmeras patologias, tais como diabetes mellitus, doenças cardiovasculares, apneia do sono, osteoartrite, esteatose hepática não alcoólica, alguns tipos de câncer e outras, e podem se estender ou até se intensificar na fase adulta.<sup>3,14</sup>

Assim sendo, vale ressaltar que um dos principais fatores de risco para o excesso de peso na infância é a ingestão de alimentos processados e ultraprocessados e aumento da inatividade física. Os níveis crescentes de sedentarismo do período da infância e adolescência estão relacionados com as mudanças de hábitos de vida que ocorreram nas últimas décadas. Um exemplo disso é a substituição de brincadeiras de rua, como amarelinha, pique-bandeira e queimada por jogos de videogame, celular, computador e televisão, deixando evidente que a tecnologia se tornou não só parte da vida dos adultos, mas também das crianças e adolescentes.<sup>3</sup>

A porcentagem de participantes que relataram gostar de jogar jogos em aparelhos eletrônicos e assistir vídeos nas mídias digitais foi de 97,9% (Tabela 3). Além do mais, a média de horas utilizadas nas mídias por mais de 60% (Tabela 3) dos participantes varia de 1 a 2 horas por dia, de modo que 12,8% (Tabela 4) dos alunos pedem para os pais

comprarem os alimentos mostrados nas propagandas das mídias e 38,3% pedem às vezes (Tabela 4).

De acordo com dados encontrados pela Pesquisa Nacional de Saúde do Escolar<sup>15</sup> (PeNSE), aproximadamente 60% dos escolares que frequentavam o 9º ano do ensino fundamental tinham o hábito de assistir televisão mais de duas horas por dia. Logo, esses dados também se assemelham aos dados encontrados nesse estudo. Vale destacar que, atualmente, o tempo gasto com programas de televisão diminuiu, mas em contrapartida, esse tempo é compensado com outros aparelhos eletrônicos, como celular, tablet, videogame e computador.<sup>15</sup>

A utilização de telas eletrônicas de forma excessiva, principalmente pelas crianças, é capaz de levar a um estilo de vida sedentário e intervir de modo direto nas escolhas alimentares, haja vista que os anúncios encaminhados a esse público contêm apelos emocionais.<sup>16</sup> Conforme Costa e Rabelo<sup>5</sup>, crianças de até oito anos de idade misturam fantasia e realidade e, por isso, elas não conseguem compreender o caráter persuasivo da publicidade.

Nesse sentido, vale salientar que diversos estudos mostram que quanto maior é o tempo gasto usando as mídias sociais, maiores são os prejuízos à saúde das crianças e adolescentes. De acordo com um estudo realizado por Riehm *et al.*<sup>17</sup>, o uso das mídias sociais pelo público infantil está associado ao aumento do risco de sintomas depressivos e de ansiedade, como retraimento e sentimento de inferioridade. Segundo Orben *et al.*<sup>18</sup> o uso intenso das redes sociais durante a adolescência também prevê classificações mais baixas de satisfação com a vida. Ademais, problemas de atenção, como hiperatividade e o bullying estão atrelados ao uso excessivo de conteúdos midiáticos.<sup>17</sup>

Em uma pesquisa feita por Ramos *et al.*<sup>19</sup> sobre as mídias e a interação com jogos digitais, foi evidenciado que mais de 70% dos pais controlam o tempo de acesso às mídias de suas crianças. Tal dado foi superior ao encontrado nesse estudo, uma vez que apenas 40,4% dos pais controlam o tempo de tela dos filhos e 42,6% controlam às vezes. Um fato que, supostamente, pode explicar essa redução do controle do tempo de tela pelos pais é o uso frequente dos aparelhos eletrônicos pelos próprios pais.<sup>20</sup> Ademais, esse resultado também sugere o que Costa e Piva<sup>20</sup> apontam sobre o uso das mídias digitais, no qual a tecnologia está cada vez mais inserida na vida de seus usuários.

Com o passar dos anos, muitas mudanças no ramo da tecnologia foram acontecendo, inclusive na fabricação dos aparelhos eletrônicos. Há um tempo, o uso de computadores, por exemplo, era algo bem frequente entre os indivíduos, entretanto, nos dias de hoje o celular é o aparelho digital que lidera o acesso por parte dos usuários.<sup>21</sup> Tal fato vai de encontro com um achado importante desse estudo na qual 70,2% dos alunos preferem utilizar o celular ao invés dos demais aparelhos digitais. Tal fato é decorrente da fabricação de aparelhos digitais com inúmeras funções, como o smartphone. Através de um smartphone é possível se conectar a internet, assistir filmes, jogar jogos, ver vídeos e utilizar as redes sociais, além de ter outras inúmeras funções, ter um menor custo-benefício e ser portátil.<sup>22</sup>

Ao analisar o peso corporal entre os participantes, foi comprovado estatisticamente ( $p=0,024$ ) que as crianças e adolescentes que preferem usar o computador apresentaram peso corporal maior do que os que preferem usar outros aparelhos eletrônicos. Atualmente, a utilização de PC gamer (computador pessoal gamer) é muito comum entre os adolescentes, uma vez que esses computadores são específicos para rodar jogos com maiores desempenhos. Além disso, esses jogos ganharam visibilidade e espaço na internet, principalmente durante o isolamento imposto pela Covid-19, por serem instrumentos de interação entre pessoas de locais diferentes e uma opção de lazer e encontro entre amigos. Vale ressaltar ainda que o uso intenso de computadores por crianças e adolescentes pode estar associado ao aumento do nível de sedentarismo e, conseqüentemente, ao ganho de peso, visto que eles permanecem sentados em frente a tela por horas usufruindo deste tipo de entretenimento.<sup>22</sup>

Em relação ao uso das redes sociais, mais de 80% dos participantes relataram possuir redes sociais e, destes, 55% usam menos de uma hora por dia. Esse estudo também mostrou estatisticamente que as crianças e adolescentes que possuem redes sociais possuem idade ( $p= 0,010$ ), estatura ( $p= 0,028$ ), peso ( $p= 0,042$ ) e IMC ( $p= 0,018$ ) maiores do que aqueles que não utilizam as redes sociais. Sendo assim, é notório que os mais velhos estão mais presentes nas redes sociais do que os mais novos. Em uma pesquisa feita por Campos<sup>23</sup>, foi encontrado um resultado semelhante ao desse estudo, haja vista que os adolescentes mais velhos reportaram um maior uso das redes sociais, tanto em dias de semana como nos finais de semana.

Ao mesmo tempo em que as mídias oferecem inúmeras possibilidades de socialização, participação, formação e auto expressão fundamentais para os processos de aprendizagem, os usuários ficam expostos a perigos e riscos diversos. Por isso, muitos pais controlam o uso das redes sociais para protegerem os filhos, principalmente os menores, das interações maliciosas e de conteúdos inapropriados presentes nessas redes.<sup>24</sup>

Quando perguntado se os participantes dessa pesquisa consumiam alimentos enquanto usavam os meios digitais, 57,4% responderam que às vezes e 27,7% responderam que sim, o que já era de se esperar já que a utilização dos aparelhos digitais e o consumo de conteúdos midiáticos estão cada vez mais frequentes entre as crianças e adolescentes. Em um estudo realizado por Rezende *et al.*<sup>9</sup> com 30 escolares do ensino fundamental, encontrou-se um resultado semelhante ao dessa pesquisa, na qual mais de 50% dos alunos relataram consumir alimentos enquanto assistem programas de televisão e mais de 30% as vezes. Destarte, fica claro, mais uma vez, a importância de se atentar à alimentação desse público.

Tais informações reforçam a ideia de que o hábito de assistir às mídias digitais por horas possivelmente pode estar ligado a um padrão de alimentação prejudicial nessa faixa etária, pois esta é constantemente influenciada por propagandas a consumir alimentos ricos em gorduras, açúcares e sódio.<sup>5</sup>

## 5 CONCLUSÃO

Após a realização dessa pesquisa, concluiu-se que há uma influência da mídia no estado nutricional de crianças e adolescentes. Isto porque o aparelho digital preferido dos participantes é o celular e, aqueles que escolheram o computador como aparelho digital preferido apresentam peso corporal superior aos demais podendo comprovar os efeitos do sedentarismo associado ao uso deste aparelho eletrônico.

Percebeu-se ainda que, crianças e adolescentes que possuem redes sociais são mais velhas, mais altas, mais pesadas e possuem Índice de Massa Corporal estatisticamente superior às que não utilizam. Observou-se também que há frequência mais elevada de crianças com sobrepeso e obesidade quando comparado com crianças e adolescentes classificados com baixo peso nesta pesquisa.

Ressalta-se, contudo, a necessidade de que os pais estejam atentos ao tempo de uso dos filhos nas mídias digitais, assim como aos anúncios direcionados para os mesmos, especialmente as propagandas de alimentos e o consumo dos mesmos de forma a evitar o excesso de peso e um estado nutricional inadequado nessas crianças.

## 6 REFERÊNCIAS

1. Almeida LM, Egito LA, Carvalho ACG, Andrade FMP, Silva MCR, Abreu CDD, et al. Influência da mídia na alimentação dos adolescentes da faixa etária de 13 a 14 anos. REAS [Internet]. 2019 [acesso em 2022 jun 11];(26):1-7. Disponível em: <https://acervomais.com.br/index.php/saude/article/view/773>.
2. Ceccatto D, Spinelli RB, Zanardo VPS, Ribeiro LA. A influência da mídia no consumo alimentar infantil: uma revisão da literatura. *Perspectiva*. 2018;42(157):141-9.
3. Henriques P, O'Dwyer G, Dias PC, Barbosa RMS, Burlandy L. Políticas de saúde e de segurança alimentar nutricional: desafios para o controle da obesidade infantil. *Ciênc Saúde Colet*.2018;23(12):4143-52.
4. Santos BDS, Pontes VLN, Freitas FMNO, Figueiredo RS. A influência da mídia nos hábitos alimentares de crianças e adolescentes. *Braz.J. Health Rev*. 2021;4(6):25624-33.
5. Costa DF, Rabelo CAC. A Influência da mídia na alimentação infantil. Fundação de Ensino e Pesquisa do Sul de Minas – FAPESMIG. RASBRAN;2018.Disponível em: <http://repositorio.unis.edu.br/bitstream/prefix/863/1/TCC.%20Daline.pdf>. Acesso em: 22 jun. 2022.
6. Freitas GG, Nascimento AAD. A Influência da Mídia na Alimentação Infantil. *Cemoroc-Feusp*. 2019;1-10.
7. Alcantara FB, Rodrigues JCS, Silva KK, Santos MC, Silva TM, Berni AL. A Influência da mídia e publicidade na alimentação de escolares: o papel da educação alimentar. REAS [Internet]. 2019 [acesso em 2022 jun 11];11(13):1-10. Disponível em: <https://acervomais-.com.br/index.php/saude/article/view/1005>.
8. Melo JCB, Lustoza GF, Ibiapina DFN, Landim LARS. Influência da mídia no consumo de alimentos ultraprocessados e no estado nutricional de escolares. REAS [Internet]. 2019 [acesso em 2022 jun 11];29(supl. 29):1-7. Disponível em: <https://-acervomais.com.br/index.-php/saude/article/view/1016>.
9. Rezende AD. Mídia e alimentação do escolar. Artigo (Graduação) – Faculdade de Ciências da Educação e Saúde, Centro Universitário de Brasília (UnICEUB); 2017. Disponível em: <https://repositorio.uniceub.br/jspui/bitstream/235/11162/1/TCC%20%20-Andr%C3%A9a%20-Dias%20Rezende.pdf>. Acesso em: 22 jun. 2022.
10. Brasil. Ministério da Saúde. Secretaria de Atenção à Saúde. Departamento de Atenção Básica. Orientações para a coleta e análise de dados antropométricos em serviços de saúde: Norma técnica do sistema de vigilância alimentar e nutricional – SISVAN. Brasília: Ministério da Saúde, 2011.

11. Vitolo MR. *Nutrição: da gestação ao envelhecimento*. 2 ed. Rio de Janeiro: Rubio, 2015.
12. Souza LMO, Miraglia F, Silva FG, Saldanha RP. Prevalência de sobrepeso e obesidade em escolares de 7 a 10 anos e seus determinantes associados. *Rev Saúde Desenvol Hum*. 2020;8(2):29-37.
13. Rodrigues CSS, Costa AS, Queiroz MG, Galdino SAM, Simões MOS, Teixeira A, *et al*. Prevalência de sobrepeso e obesidade em adolescentes de escolas públicas municipais em Campina Grande-PB. *Braz. J. Hea. Rev.* 2020;3(5):13740-50.
14. Carlevaro CCU, Souza EA, Mussarelli YF, Melo A, Torres ASP. Obesidade infantil e suas complicações: Revisão integrativa da literatura. *Rev. Facul. Do Saber*. 2021;6(13):963-71.
15. Brasil. Ministério do Planejamento, Desenvolvimento e Gestão. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística - IBGE. *Pesquisa Nacional de Saúde do Escolar 2015*. Rio de Janeiro; 2016. Disponível em: [https://crianca.mppr.mp.br/arquivos/File/publi/ibge-/ibge\\_pense\\_2015.pdf](https://crianca.mppr.mp.br/arquivos/File/publi/ibge-/ibge_pense_2015.pdf). Acesso em 22 nov. 2022.
16. Sousa NF. *A influência da mídia no padrão alimentar infantil [Monografia]*. Brasília: Faculdade de Ciências da Educação e Saúde, Centro Universitário de Brasília – UniCEUB; 2018.
17. Riehm KE, Feder KA, Tormohlen KN, Crum RM, Young AS, Green KM, *et al*. Associations between time spent using social media and internalizing and externalizing problems among us youth. *JAMA Psychiatry*. 2019;76(12):1266-73.
18. Orben A, Przybylski AK, Blakemore SJ, Kievit RA. Windows of developmental sensitivity to social media. *Nature Communications*. 2022;13(1649):1-10.
19. Ramos DK, Anastácio BS, Knaul AP, Silva GA, Garcia FA. Consumo midiático e a interação com jogos digitais: contribuições à aprendizagem e o papel da mediação. Artigo (Pós-Graduação) – Universidade Federal de Santa Catarina; 2017. Disponível em: <http://www.sbgames.org/sb-games2017/papers/CulturaFull/174408.pdf>. Acesso em 22 nov. 2022.
20. Costa ME, Piva SZ. O uso do smartphone por adolescentes: a percepção dos pais. Artigo (Graduação) – Universidade do Sul de Santa Catarina – UNISUL; 2020. Disponível em: <https://repositorio.animaeducacao.com.br/handle/ANIMA/10440>. Acesso em 22 nov. 2022.
21. Laranjeiras ALC, Neves RWS, Alencar VV, Lopes AP. O uso excessivo das tecnologias digitais e seus impactos nas relações psicossociais em diferentes fases do desenvolvimento humano. *Ciênc Bio Saúde Unit*. 2021;6(3):166-76.

22. Souza SM. O uso de jogos eletrônicos como entretenimento para crianças e adolescentes na sociedade pós-moderna [monografia]. Seropédica: Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro – UFRJ;2020.

23. Campos BMA. Os efeitos negativos das redes sociais na adolescência [dissertação]. Universidade Beira Interior – UBI; 2021.

24. Muller JC. Crianças e tecnologias digitais: Desafios da mediação familiar e escola [tese]. Florianópolis: Universidade Federal de Santa Catarina – UFSC; 2019.

**ANEXO I****QUESTIONÁRIO SOBRE MÍDIA E ALIMENTAÇÃO**

1. Data de Hoje: \_\_\_\_/\_\_\_\_/\_\_\_\_

2.: Data de Nascimento: \_\_\_\_/\_\_\_\_/\_\_\_\_

3. Qual é o seu sexo?

a. ( ) Feminino b. ( ) Masculino c. ( ) Não Binário

4. Qual é o seu peso (kg)? \_\_\_\_\_

5. Qual é a sua altura (cm)? \_\_\_\_\_

6. Você gosta de jogar jogos no celular, computador, videogame ou em outros aparelhos digitais?

a. ( ) Sim b. ( ) Não

7. Se sim, por quanto tempo você costuma jogar jogos durante o dia?

a. ( ) Menos de 1 hora b. ( ) 2 horas c. ( ) 3 horas d. ( ) 4 horas e. ( ) 5 horas ou mais

8. Você gosta de assistir vídeos nas mídias?

a. ( ) Sim b. ( ) Não

9. Se sim, por quanto tempo você costuma assistir vídeos nas mídias durante o dia?

a. ( ) Menos de 1 hora b. ( ) 2 horas c. ( ) 3 horas d. ( ) 4 horas e. ( ) 5 horas ou mais

10. Você possui redes sociais? Exemplo: Facebook, Instagram, TikTok, WhatsApp, Pinterest, Twitter e outras.

a. ( ) Sim b. ( ) Não

**11.** Se sim, por quanto tempo você costuma usar as redes sociais durante o dia?

a. ( ) Menos de 1 hora b. ( ) 2 horas c. ( ) 3 horas d. ( ) 4 horas e. ( ) 5 horas ou mais

**12.** Na sua casa possui algum plano de TV por assinatura ou plataforma de streaming por assinatura como Netflix, Disney+, HBO Max, Amazon Prime Vídeo, Globo Play e outros?

a. ( ) Sim b. ( ) Não

**13.** Se sim, por quanto tempo você costuma assistir desenhos, filmes ou séries durante o dia nestas mídias por assinatura?

a. ( ) Menos de 1 hora b. ( ) 2 horas c. ( ) 3 horas d. ( ) 4 horas e. ( ) 5 horas ou mais

**14.** Qual é o seu aparelho digital preferido?

a. ( ) Celular b. ( ) Videogame c. ( ) Computador d. ( ) Tablet e. ( ) Televisão  
f. ( ) Outro

**15.** Seus pais ou responsáveis controlam o tempo que você usa o celular, joga videogame, assiste filmes, séries e desenhos, joga jogos e assiste vídeos nas mídias?

a. ( ) Sim b. ( ) Não c. ( ) Às vezes

**16.** Na maior parte do tempo você usa o celular, joga videogame, assiste filmes, séries e desenhos, joga jogos e assiste vídeos nas mídias sozinho(a) ou acompanhado(a)?

a. ( ) Sozinho(a) b. ( ) Acompanhado(a)

**17.** Se você costuma usar o celular, jogar videogame, assistir filmes, séries e desenhos, jogar jogos e assistir vídeos nas mídias acompanhado(a), com quem assiste?

a. ( ) Mãe/Pai b. ( ) Irmãos c. ( ) Tia/Tio d. ( ) Primos e. ( ) Avó/Avô f. ( ) Babá

g. ( ) Amigos h. ( ) Outros

**18.** Você come enquanto usa o celular, joga videogame, assiste filmes, séries e desenhos, joga jogos e assiste vídeos nas mídias?

a. ( ) Sim b. ( ) Não c. ( ) As vezes

**19.** Se sim, o que você come enquanto usa o celular, joga videogame, assiste filmes, séries e desenhos, joga jogos e assiste vídeos nas mídias?

---



---



---

**20.** Você acha que come mais enquanto está usando o celular, jogando videogame, assistindo filmes, séries e desenhos, jogando jogos e assistindo vídeos nas mídias?

a. ( ) Sim b. ( ) Não c. ( ) As vezes

**21.** Na semana passada, em quais dias você comeu cada um destes alimentos?

Arroz	Dom	Seg	Ter	Qua	Qui	Sex	Sab
Leite/logurte	Dom	Seg	Ter	Qua	Qui	Sex	Sab
Carne sem muita gordura (por exemplo: frango, bife, peixe)							
Arroz	Dom	Seg	Ter	Qua	Qui	Sex	Sab
Frutas	Dom	Seg	Ter	Qua	Qui	Sex	Sab
Biscoito recheado	Dom	Seg	Ter	Qua	Qui	Sex	Sab
Hambúrguer	Dom	Seg	Ter	Qua	Qui	Sex	Sab
Verduras e legumes	Dom	Seg	Ter	Qua	Qui	Sex	Sab
Doces (por exemplo: chocolate, bala)	Dom	Seg	Ter	Qua	Qui	Sex	Sab
Salgadinho de pacote (por exemplo: Fandangos, Cheetos)							
Refrigerante	Dom	Seg	Ter	Qua	Qui	Sex	Sab

**22.** Você costuma se alimentar sozinho(a) ou acompanhado(a)?

a.  Sozinho(a) b.  Acompanhado(a)

**23.** Onde você costuma se alimentar?

a.  No sofá b.  Na mesa c.  No quarto d.  Em frente ao computador  
e.  Em frente a televisão  Em frente ao celular

**24.** Seus pais ou responsáveis te orientam a comer frutas, legumes e verduras?

a.  Sim b.  Não c.  Às vezes

**25.** Você come frutas, legumes e verduras quando seus pais ou responsáveis pedem para você comê-los?

a.  Sim b.  Não c.  Às vezes

**26.** Você come frutas, legumes e verduras por obrigação ou por que gosta?

a.  Obrigação b.  Gosto

**27.** Você costuma pedir aos seus pais ou responsáveis que comprem alimentos

anunciados na televisão, em propagandas dos vídeos das mídias, que viu no celular, em desenhos, novelas ou filmes?

a.  Sim b.  Não c.  Às vezes

**28.** Se sim, o que você pede?

---

---

---

**29.** Seus pais compram o que você pediu (alimento visto em anúncio)?

a.  Sim b.  Não c.  Às vezes

**30.** Qual é a sua comida preferida?

---

**Obrigada pela sua participação!**