

## AVALIAÇÃO DO CONSUMO DE MICRONUTRIENTES E DA EXPOSIÇÃO A TELAS E PUBLICIDADE DE ALIMENTOS ENTRE CRIANÇAS DA ZONA RURAL DE PELOTAS (RS)

VICTORIA DE SOUZA SILVA<sup>1</sup>; ELISA DOS SANTOS PEREIRA<sup>2</sup>; KHADIJA BEZERRA MASSAUT<sup>3</sup>; CHIRLE DE OLIVEIRA RAPHAELLI<sup>4</sup>  
MARIANA GIARETTA MATHIAS<sup>5</sup>;

<sup>1</sup>*Universidade Federal de Pelotas – victoria.souzaa00@gmail.com*

<sup>2</sup>*Universidade Federal de Pelotas – lisaspereira@gmail.com*

<sup>3</sup>*Universidade Federal de Pelotas – khadijamassaut@gmail.com*

<sup>4</sup>*Universidade Federal de Pelotas – chirleraphaelli@gmail.com*

<sup>5</sup>*Universidade Federal de Pelotas – mathias.mariana@ufpel.edu.br*

### 1. INTRODUÇÃO

A alimentação infantil é determinante para a saúde ao longo da vida, sendo fundamental a ingestão adequada de micronutrientes, como ferro, cálcio e vitaminas, para garantir crescimento, desenvolvimento e prevenção de doenças (PEDRAZA; ROCHA, 2016). No entanto, fatores como padrões alimentares, condições socioeconômicas e a intensa exposição à publicidade de alimentos influenciam de forma significativa o consumo alimentar das crianças. No Brasil, cerca de uma em cada três crianças menores de 5 anos apresenta algum tipo de má nutrição (UNICEF, 2016), o que reforça a magnitude do problema.

A desigualdade social, especialmente nas zonas rurais, amplia os riscos nutricionais, uma vez que a pobreza, a insegurança alimentar e o acesso restrito a alimentos variados impactam diretamente o crescimento, o desenvolvimento cognitivo e a saúde metabólica infantil (VICTOR et al., 2020). Nesse cenário, observa-se também a forte atuação da publicidade de alimentos voltada para o público infantil, que promove majoritariamente produtos ultraprocessados, reduzindo o consumo de alimentos in natura e de qualidade nutricional adequada (UEDA; PORTO; VASCONCELOS, 2014).

Dessa forma, compreender a interação entre consumo alimentar, exposição à mídia e publicidade, sobretudo em contextos de maior vulnerabilidade como a zona rural, é essencial para subsidiar políticas públicas e práticas de educação alimentar e nutricional voltadas à promoção da saúde infantil.

Diante do exposto, este trabalho tem como objetivo avaliar o consumo de micronutrientes e de exposição à publicidade, além de investigar a associação entre o consumo de micronutrientes de interesse e o tempo de telas, entre crianças frequentadoras de escolas da zona rural de Pelotas, RS.

### 2. METODOLOGIA

O presente estudo é parte do projeto “Investigação de hábitos alimentares e cultura alimentar de crianças atendidas por escolas municipais da zona rural do município de Pelotas, RS (Projeto Resgatando Sabores)”. Trata-se de uma pesquisa quantitativa, com delineamento transversal e observacional.

A coleta foi realizada em quatro escolas da zona rural de Pelotas, com participação de estudantes do 4º ao 9º ano do Ensino Fundamental que atenderam aos critérios de inclusão. Para participação, foi solicitado o Termo de Assentimento Livre e Esclarecido (TALE) das crianças, com dispensa do Termo de

Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE) dos responsáveis, aprovada pelo Comitê de Ética em Pesquisa.

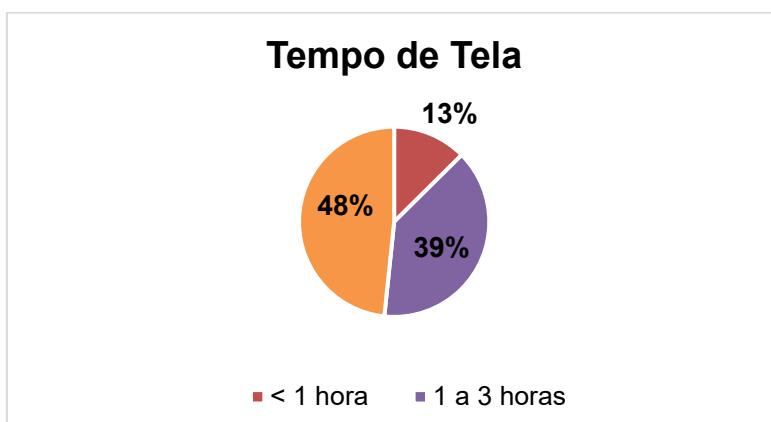
Foram coletados dados sociodemográficos (idade, sexo, cor da pele, renda familiar e escolaridade dos responsáveis), dados de consumo alimentar e informações sobre exposição à publicidade de alimentos. O consumo alimentar foi avaliado por meio de um recordatório alimentar de 24h, aplicado segundo a metodologia de Fisberg & Marchioni (2012) e inserido no software Dietbox®, que possibilitou a análise de micronutrientes (ferro, cálcio, vitamina A e zinco). A adequação do consumo foi comparada às recomendações do *Institute of Medicine* (2006).

A exposição à publicidade foi avaliada por questionário que abordou tempo de tela, tipo de mídia utilizada, reconhecimento de propagandas e influência no comportamento alimentar. O tempo de tela foi classificado em categorias (<1h; 1–3h; >3h por dia). Para a análise da associação entre tempo de tela e adequação de micronutrientes, utilizou-se o Teste Exato de Fisher, por meio do programa R.

### 3. RESULTADOS E DISCUSSÃO

A amostra foi composta por 152 escolares, com idade média de 12,4 anos ( $\pm 1,41$ ). Observou-se distribuição equilibrada entre os sexos e predominância da cor da pele branca (67%). Quanto à escolaridade dos responsáveis, a maior parte possuía ensino fundamental, revelando um contexto de menor escolaridade familiar, o que pode impactar os hábitos alimentares infantis.

No que se refere ao tempo de tela (Figura 1), 48% das crianças relataram utilizar dispositivos por mais de três horas diárias. As mídias mais acessadas foram redes sociais (61%) e YouTube (60%), seguidas por jogos eletrônicos (39%), TV por assinatura (32%) e TV aberta (25%). Entre os serviços de streaming, a Netflix foi o mais citado (32%), e entre as redes sociais, destacaram-se TikTok (52%) e Instagram (40%). Esses achados reforçam a centralidade das plataformas digitais no cotidiano infantil, muitas delas fortemente associadas à veiculação de propagandas alimentares.



**Figura 1.** Tempo de tela relatado pelos participantes do estudo

Quanto à influência da publicidade, 42% das crianças afirmaram nunca ter pedido alimentos após ver propagandas, mas entre os produtos mais lembrados destacaram-se chocolates e doces (44%) e fast food (42%). Foram citados também refrigerantes, salgadinhos e, de forma preocupante, alimentos e bebidas não recomendados para a infância, como cappuccino, energéticos e até cerveja. Entre as marcas mais lembradas estavam Coca-Cola, McDonald's, Burger King, Nestlé,

Doritos e Oreo. Já entre os personagens e celebridades destacaram-se Neymar, Cristiano Ronaldo, Luluca, Naruto, Ben 10 e Wandinha, o que evidencia o poder de persuasão de ídolos e personagens midiáticos na formação de preferências alimentares.

No que se refere ao consumo de micronutrientes (Tabela 4), os resultados apontaram baixa adequação em todos os nutrientes avaliados. O ferro foi o que apresentou maior adequação (43,4%), enquanto cálcio (8,8%) e vitamina A (3,7%) foram os mais críticos, revelando risco nutricional importante. O zinco apresentou adequação de 33,1%. Esses resultados estão em consonância com estudos nacionais que mostram deficiências recorrentes de micronutrientes entre crianças, especialmente em contextos de maior vulnerabilidade (PEDRAZA; ROCHA, 2016; VICTOR et al., 2020).

**Tabela 4.** Valores de consumo de micronutrientes de acordo com o recordatório de 24 horas relatado pelos participantes da pesquisa.

Micronutriente	Média de Consumo	Prevalência de adequação de consumo	Valor de Referência*
Ferro	8,6 ± 5,02	43,4%	≥8mg/dia
Vitamina A	265,09 ± 365,11	3,7%	≥600mcg/dia
Cálcio	407,86 ± 353,49	8,8%	≥1300mg/dia
Zinco	7,52 ± 4,87	33,1%	≥8mg/dia

\*Valor de referência de acordo com os valores de “Estimated Average Reference(Necessidade Média Estimada)” para Ferro, vitamina A e Zinco e de “Adequate Intake(Ingesta Adequada)” para cálcio (Dietary Reference Intakes, 2006).

Apesar da elevada exposição midiática e da forte lembrança de marcas e personagens, não foram encontradas associações estatisticamente significativas entre tempo de tela e adequação do consumo de micronutrientes. Esse achado pode estar relacionado a limitações metodológicas, como o uso de apenas um recordatório alimentar de 24h, que não reflete o padrão alimentar habitual, além da influência de outros fatores como renda familiar e disponibilidade de alimentos no domicílio e nas escolas.

#### 4. CONCLUSÕES

Os resultados do presente trabalho evidenciaram baixa prevalência de adequação no consumo de micronutrientes entre escolares da zona rural de Pelotas (RS), para todos os micronutrientes investigados, com destaque para a vitamina A, que apresentou o menor índice de adequação. Além disso, observou-se também alta exposição do público infantil à mídia, com destaque para plataformas digitais, nas quais são veiculadas, de forma recorrente, propagandas de produtos ultraprocessados, ricos em açúcares, sódio e gorduras, além de tempo excessivo diário em frente a telas.

A frequência com que marcas e personagens foram reconhecidos pelas crianças reforça a influência das estratégias de marketing sobre esse público, direcionando preferências alimentares para produtos de baixa qualidade nutricional. Embora não tenha sido encontrada associação estatisticamente significativa entre o tempo de tela e a adequação do consumo de micronutrientes, os resultados indicam um padrão alimentar caracterizado por baixa qualidade nutricional, fortemente influenciado pelas estratégias de marketing direcionadas às

crianças. Esse cenário pode favorecer a consolidação de hábitos alimentares inadequados ao longo da vida.

## 5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

INSTITUTE OF MEDICINE. Dietary Reference Intakes: The essential guide to nutrient requirements. Washington (DC): National Academies Press; 2006.

PEDRAZA, Dixis Figueroa; ROCHA, Ana Carolina Dantas. Deficiências de micronutrientes em crianças brasileiras assistidas em creches: revisão da literatura. Ciênc Saúde Coletiva. 2016;

UEDA, Marcia Hiroko; PORTO, Rafael Barreiros; VASCONCELOS, Láercia Abreu. Publicidade de alimentos e escolhas alimentares de crianças. Psicol Teor Pesqui. 2014;

UNICEF. Situação mundial da infância 2019: resumo executivo [Internet]. Nova Iorque: UNICEF; 2019. Disponível em: [https://www.unicef.org/brazil/media/5566/file/Situacao\\_Mundial\\_da\\_Infancia\\_2019\\_ResumoExecutivo.pdf](https://www.unicef.org/brazil/media/5566/file/Situacao_Mundial_da_Infancia_2019_ResumoExecutivo.pdf) Acesso em: 11 fev. 2025

VICTOR, Jackeline Thainá et al. A importância da alimentação na saúde e no desenvolvimento infantil: uma revisão integrativa. [s.d.].