

A influência das telas na formação dos hábitos alimentares das crianças no Brasil

The influence of screens on the formation of children's eating habits in Brazil

Isabella Costa de Paula¹
Samantha Ferreira da Costa Moreira²

RESUMO

A crescente exposição das crianças às telas tem modificado de forma significativa seus padrões alimentares e comportamentais. O ambiente digital, marcado por estímulos e conteúdos persuasivos, favorece distração durante as refeições, redução da atenção plena e maior consumo de alimentos ultraprocessados. Somam-se a isso fatores familiares, socioeconômicos e rotinas aceleradas, que intensificam escolhas alimentares inadequadas e contribuem para o sedentarismo e o aumento do risco de obesidade infantil. Esta revisão bibliográfica analisou estudos publicados entre 2015 e 2025, identificados nas bases Google Acadêmico e SciELO. Foram selecionadas pesquisas que investigaram a relação entre tempo de tela, publicidade digital e comportamento alimentar infantil, considerando critérios de inclusão voltados para evidências empíricas e abordagens atualizadas. Ao final do processo, 10 artigos atenderam aos critérios estabelecidos e compuseram a síntese da revisão. Os achados mostram associação consistente entre uso excessivo de dispositivos eletrônicos, desregulação da saciedade, maior ingestão de ultraprocessados e redução do convívio familiar nas refeições. Em contrapartida, práticas como refeições compartilhadas, limites para telas e oferta de alimentos in natura demonstram papel protetor. Conclui-se que ações educativas e estratégias integradas entre família, escola e serviços de saúde são essenciais para mitigar os impactos negativos das telas na alimentação infantil.

Palavras-chave: Alimentação Infantil. Ultraprocessados. Publicidade Digital.

¹ Discente do Curso de Medicina, Centro Universitário de Mineiros (UNIFIMES), Mineiros-GO. Orcid: <https://orcid.org/0009-0002-5925-1886> E-mail: isabellacosta6288@academico.unifimes.edu.br

² Doutora em Educação pela UFMS. Docente do Centro Universitário de Mineiros - UNIFIMES. Orcid: <https://orcid.org/0000-0001-5144-2595> E-mail: samantha.ferreira@unifimes.edu.br

ABSTRACT

The growing exposure of children to screens has significantly altered their eating and behavioral patterns. The digital environment, characterized by constant stimuli and persuasive content, promotes distraction during meals, reduces mindful eating, and increases the consumption of ultra-processed foods. Added to this are family dynamics, socioeconomic factors, and accelerated routines, which intensify inadequate eating choices and contribute to sedentary behavior and a higher risk of childhood obesity. This literature review analyzed studies published between **2015 and 2025**, identified in the **Google Scholar** and **SciELO** databases. The selected studies investigated the relationship between screen time, digital advertising, and children's eating behavior, following inclusion criteria focused on empirical evidence and updated approaches. In total, **10 articles** met the established criteria and composed the final synthesis of the review. The findings demonstrate a consistent association between excessive use of electronic devices, impaired satiety regulation, increased intake of ultra-processed foods, and reduced family interaction during meals. Conversely, practices such as shared meals, screen-time limits, and the regular offering of whole, minimally processed foods show a protective effect. It is concluded that educational actions and integrated strategies involving families, schools, and health services are essential to mitigate the negative impacts of screen exposure on children's eating habits.

Keywords: Child nutrition. Ultra-processed foods. Digital advertising.

1. INTRODUÇÃO

A expansão da internet e das redes sociais transformou as formas de interação e consumo de conteúdo, tornando as telas centrais na vida contemporânea. Segundo Lima et al. (2016), a popularização dos smartphones e o avanço da internet móvel permitiram acesso instantâneo à comunicação, fazendo do celular uma extensão da vida pessoal e profissional. A redução de custos, a oferta de aplicativos e a digitalização de serviços tornaram esses dispositivos praticamente universais.

Nesse cenário, as tecnologias passaram a influenciar não apenas a comunicação e o entretenimento, mas também atividades cotidianas como aprendizado, trabalho e organização familiar (Souza & Schneider, 2016). A integração contínua dos dispositivos ampliou a dependência digital e reconfigurou a relação das pessoas, especialmente crianças, com o ambiente. Assim, o uso de telas deixou de ser complementar, tornando-se estruturante no cotidiano e contribuindo para mudanças comportamentais amplas, incluindo as relacionadas à alimentação.

O uso intensivo de telas alterou hábitos básicos, inclusive os alimentares muitas vezes realizado simultaneamente ao uso de dispositivos eletrônicos, influenciando escolhas alimentares e padrões de consumo. Com isso, autores apontam que a conectividade constante influencia rotinas e práticas diárias, como o ato de comer, muitas vezes associado ao uso de dispositivos eletrônicos e ao consumo alimentar inadequado. (Lima et al., 2016). Barreto et al. (2023).

Nesse contexto, o público infantil tem se mostrado especialmente vulnerável. Dados da Pesquisa Nacional de Saúde (PNS), realizada pelo IBGE (2020), revelam que 87,5% das crianças de 5 a 9 anos assistem à televisão ou utilizam celulares em pelo menos cinco dias da semana, e 54% consomem alimentos ultraprocessados com frequência. Já o Estudo de Riscos Cardiovasculares em Adolescentes (ERICA) evidenciou que mais de 60% dos adolescentes brasileiros consomem fast food ao menos uma vez por semana, com o tempo de tela como fator preditor (Erica, 2019).

Diversas pesquisas apontam ainda que a exposição prolongada às telas está associada ao sedentarismo e ao aumento do consumo de alimentos de baixo valor nutricional (Cordeiro et al., 2024). Essa relação é intensificada pela publicidade digital, que direciona conteúdos altamente persuasivos ao público infantil. Como explicam Santana, Oliveira e Clemente (2015), as limitações cognitivas próprias da infância tornam as crianças particularmente

vulneráveis a essas estratégias, influenciando suas preferências alimentares e reforçando padrões inadequados.

Diante desse cenário, esta pesquisa tem como objetivo analisar de que maneira o uso de telas influencia os hábitos alimentares das crianças brasileiras, considerando tanto o tempo de exposição quanto o consumo midiático, a fim de compreender seus impactos no comportamento alimentar e no desenvolvimento infantil.

2. MATERIAIS E MÉTODOS

- O presente estudo consiste em uma revisão bibliográfica de caráter exploratório e descritivo, com o objetivo de sintetizar o conhecimento científico sobre a influência do uso de telas nos hábitos alimentares de crianças brasileiras. A pesquisa foi orientada pela questão norteadora: “Como o uso excessivo de dispositivos eletrônicos e a publicidade alimentar impactam os comportamentos alimentares das crianças no Brasil?”
- O levantamento foi realizado nas bases Google Acadêmico e SciELO (Scientific Electronic Library Online), abrangendo artigos científicos, livros, teses e dissertações publicados entre 2015 e 2025. As palavras-chave utilizadas, definidas a partir dos Descritores em Ciências da Saúde (DeCS/MeSH), foram: “Hábito Alimentar” OR “Comportamento Alimentar” AND “Criança” AND “Telas” OR “Mídia Digital” AND “Brasil”.
- Ao todo, 30 estudos foram inicialmente identificados. Após leitura de títulos, de resumos e aplicação dos critérios de elegibilidade, 10 artigos atenderam plenamente aos critérios de inclusão e compuseram a revisão.
- Foram incluídos estudos disponíveis na íntegra, gratuitos, em português ou inglês e que relacionavam diretamente uso de telas e comportamento alimentar infantil. Foram excluídos os estudos que não se enquadravam no recorte temporal de dez anos ou que não disponibilizavam acesso gratuito ao texto completo. Excluíram-se, ainda, os materiais descartados durante a triagem inicial por inadequação de título e resumo, bem como aqueles cuja versão integral não estava acessível para avaliação metodológica.

- A análise dos dados teve enfoque qualitativo, buscando identificar padrões, tendências e lacunas na literatura existente. A seguir, são apresentados os critérios utilizados no processo de seleção.

- **Quadro 1 – Etapas do método e critérios utilizados**

Etapa	Descrição
Definição da estratégia de busca	Utilização de palavras-chave relacionadas ao tema de estudo nas bases Google Acadêmico e SciELO. Foram consideradas palavras-chave específicas para delimitar a pesquisa como ALIMENTAÇÃO; HÁBITO ALIMENTAR; DESENVOLVIMENTO INFANTIL; ALIMENTAÇÃO INFANTIL.
Seleção de materiais	Publicações com acesso completo e gratuito, além de estar nas línguas portuguesa abordando o tema principal da pesquisa, foram priorizados materiais recentes e de fontes acadêmicas confiáveis, além disso a seleção ocorreu com base no título e resumo dos materiais.
Critérios de inclusão	Publicações com acesso completo e gratuito, publicados entre 2015 até 2025, com prioridade para documentos em língua portuguesa ou inglesa que apresentassem relevância direta ao tema, sendo que foram priorizados materiais recentes e de fontes acadêmicas confiáveis,
Critérios de exclusão	Foram excluídos os artigos que não se enquadravam no filtro de dez anos ou que não possuíam acesso gratuito ao texto completo, bem como aqueles eliminados após análise de título e resumo. Também foram excluídos os estudos sem disponibilidade da versão integral para leitura.
Análise dos materiais	Foram escolhidos 10 materiais, a análise foi realizada com foco na relevância do conteúdo para a pesquisa, possibilitando uma análise histórica do tema, sendo destacados pontos chave de cada publicação para compor a síntese final.
Síntese e discussão	Realizou-se a síntese das principais abordagens dos autores, incluindo análise crítica para identificar lacunas no conhecimento e contribuir com o avanço teórico do tema.

- **Fonte:** Elaborado pela autora (2025)

3. RESULTADOS

Nesta revisão integrativa, foram sintetizados e discutidos dez artigos, cujo processo de seleção levou em consideração os critérios de inclusão anteriormente estabelecidos. Esse processo se encontra detalhado no fluxograma a seguir, indicado na Figura 1:

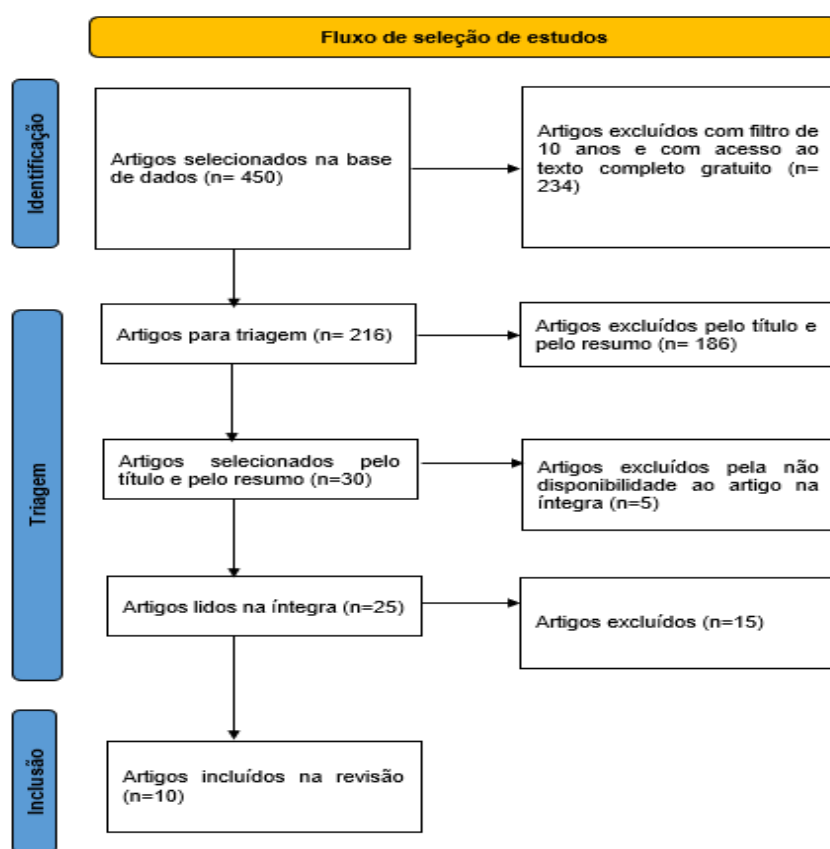


Figura 1 – Processo de busca e seleção na forma do fluxograma PRISMA

O Quadro 2 apresenta a síntese dos estudos incluídos nesta revisão, reunindo informações essenciais como autor e ano de publicação, objetivos, principais resultados e conclusões de cada artigo analisado, de modo a oferecer uma visão integrada e consolidada do conteúdo abordado na pesquisa.

Quadro 2 – Principais resultados dos estudos selecionados

Autor/Ano	Objetivo	Principais resultados	Conclusão
Barreto <i>et al.</i> (2023)	Analisar os impactos do tempo de tela no desenvolvimento infantil.	Evidenciou-se que o uso excessivo de telas está associado a prejuízos cognitivos e sociais, além de favorecer o sedentarismo.	O tempo de tela deve ser monitorado pelos responsáveis, pois seu excesso afeta diretamente o comportamento e o desenvolvimento global das crianças.
Bernardini, Araújo e Sobral (2023)	Investigar a influência da publicidade na alimentação infantil.	Constatou-se que a publicidade digital utiliza personagens, cores e músicas para atrair crianças, estimulando o consumo de ultraprocessados.	A publicidade exerce forte poder de persuasão sobre o público infantil, sendo um dos principais fatores na formação de hábitos alimentares inadequados.
Carvalho <i>et al.</i> (2023)	Avaliar o uso de telas como distração durante as refeições e sua relação com seletividade alimentar.	Observou-se que o uso de telas reduz a atenção plena ao ato de comer e dificulta a percepção da saciedade, levando	As telas prejudicam a autorregulação alimentar, favorecendo o sobrepeso e o desenvolvimento de

		ao consumo automático.	distúrbios alimentares.
Cordeiro <i>et al.</i> (2024)	Analisar a influência do marketing de ultraprocessados na alimentação infantil.	Identificou-se que a publicidade digital aumenta a aceitação de alimentos industrializados, principalmente entre crianças.	O marketing de alimentos é um fator determinante para o aumento do consumo de produtos de baixo valor nutricional entre o público infantil.
Feitosa e Zanella (2022)	Investigar o impacto do consumo de alimentos em frente à televisão e sua relação com obesidade infantil.	O estudo demonstrou que crianças que se alimentam assistindo TV consomem mais calorias e apresentam maior risco de obesidade e compulsão alimentar.	A distração causada pelas telas compromete o controle da ingestão alimentar e contribui para o aumento da obesidade infantil.
Giesta <i>et al.</i> (2019)	Identificar fatores associados à introdução precoce de ultraprocessados em menores de dois anos.	Verificou-se que a introdução precoce está relacionada à rotina familiar acelerada e à influência da publicidade e da	A educação alimentar parental é essencial para retardar o contato infantil com alimentos ultraprocessados e

		praticidade dos produtos.	prevenir hábitos inadequados.
Leão <i>et al.</i> (2022)	Discutir a formação dos hábitos alimentares na primeira infância.	Destacou que a construção dos hábitos alimentares ocorre principalmente no ambiente familiar e que a exposição a telas prejudica a atenção ao ato de comer.	O acompanhamento familiar e o estímulo a refeições conscientes são fundamentais para consolidar hábitos alimentares saudáveis.
Santana, Ruas e Queiroz (2021)	Avaliar o impacto do tempo de tela no crescimento e desenvolvimento infantil.	Identificou-se associação direta entre tempo prolongado de tela, sedentarismo e aumento de obesidade, além de alterações na rotina alimentar e no sono.	O uso excessivo de dispositivos eletrônicos interfere no crescimento saudável e contribui para distúrbios metabólicos e alimentares.
Soares <i>et al.</i> (2022)	Analisar fatores maternos e infantis relacionados ao consumo de ultraprocessados.	Verificou-se que mães com menor escolaridade e menor renda tendem a oferecer mais produtos industrializados às crianças.	O contexto socioeconômico influencia significativamente os hábitos alimentares

Veloso e Almeida (2022)	Estudar a influência das mídias eletrônicas na construção dos hábitos alimentares infantis.	Evidenciou-se que a exposição constante às mídias reforça comportamentos alimentares inadequados.	As mídias eletrônicas são determinantes na formação de padrões alimentares não saudáveis.
-------------------------	---	---	---

Fonte: Elaborado pela autora (2025).

Os estudos evidenciam que o uso excessivo de telas e a publicidade digital prejudicam os hábitos alimentares infantis, favorecendo distração nas refeições, consumo de ultraprocessados e sedentarismo, o que eleva o risco de obesidade. O ambiente familiar exerce papel protetor, pois, conforme Leão *et al.* (2022) e Soares *et al.* (2022), o compartilhamento de refeições reduz a influência midiática, enquanto o uso de telas à mesa estimula a alimentação automática. Além disso, Bernardini, Araújo e Sobral (2023) e Cordeiro *et al.* (2024) apontam que o marketing digital molda preferências alimentares nocivas. Assim, torna-se essencial investir em educação alimentar, regulação da publicidade infantil e orientação às famílias para a promoção de hábitos saudáveis desde a infância.

4. DISCUSSÃO

A análise dos resultados demonstra que o aumento da exposição às telas está diretamente relacionado ao maior consumo de ultraprocessados, à distração durante as refeições e à redução da convivência familiar. Os estudos apontam ainda o papel da publicidade digital, que utiliza apelos visuais e emocionais para influenciar as escolhas alimentares das crianças. Dessa forma, observa-se que fatores sociais, familiares e comportamentais contribuem conjuntamente para o desenvolvimento de hábitos alimentares inadequados na infância.

4.1. O USO DE TELAS E A TECNOLOGIA NA INFÂNCIA E A INFLUÊNCIA NO DESENVOLVIMENTO

O avanço tecnológico transformou a comunicação e o acesso à informação, tornando o uso de telas parte constante do cotidiano. Conforme explicam Oliveira *et al.* (2016), a popularização de dispositivos digitais, especialmente os smartphones, consolidou uma cultura de conectividade contínua, alterando hábitos, comportamentos e rotinas desde a infância.

Essa transformação, impulsionada pela internet móvel e pela acessibilidade econômica, trouxe impactos significativos ao desenvolvimento infantil. Segundo Oliveira *et al.* (2016), o tempo excessivo em frente às telas está associado ao sedentarismo e ao consumo de ultraprocessados, comprometendo a saúde física, emocional e social das crianças. Além disso, Viola *et al.* (2023) destacam que o uso de telas é maior entre crianças de classes menos favorecidas, o que reflete desigualdades sociais e limita alternativas de lazer.

As redes sociais também exercem papel relevante na formação de valores e identidades. De acordo com Lima *et al.* (2016), elas ampliaram as formas de comunicação, mas criaram novos padrões de comportamento e expectativas sociais que afetam a percepção de si e do mundo. Paralelamente, Sousa e Carvalho (2023) relacionam o uso abusivo de telas a dificuldades de atenção, alterações comportamentais e prejuízo nas habilidades sociais, especialmente em uma fase crítica do desenvolvimento cerebral.

Do mesmo modo, Oliveira *et al.* (2021) apontam que a interação passiva com dispositivos reduz a exploração do ambiente, atrasando linguagem, memória e atenção. Além disso, Silva *et al.* (2023) observam que o predomínio das interações virtuais compromete o convívio familiar, a empatia e o aprendizado de valores sociais, gerando vínculos superficiais e fragilizados.

Por outro lado, o uso consciente das tecnologias pode trazer benefícios. Conforme ressaltam Souza e Schneider (2016), quando bem direcionadas, elas ampliam o acesso à informação e fortalecem vínculos sociais. Assim, o desafio atual, segundo Sousa e Carvalho (2023), é equilibrar o uso das telas e incentivar práticas como esportes, leitura e diálogo, essenciais para o desenvolvimento integral e a convivência saudável entre o mundo digital

e o real.

4.2. A FORMAÇÃO DOS HÁBITOS ALIMENTARES NA SOCIEDADE

Desde cedo, os indivíduos internalizam padrões alimentares que refletem práticas familiares e tradições culturais. De acordo com Souza e Cadete (2017), a infância é um período crucial para a formação desses hábitos, pois a família e a escola atuam como principais espaços de aprendizado alimentar. Assim, os costumes não surgem de forma aleatória, mas são socialmente construídos e moldados pelas experiências diárias.

Com o passar do tempo, esses hábitos sofrem transformações influenciadas por fatores econômicos, tecnológicos e sociais. Nesse contexto, Oliveira e Schaper (2015) observam que a industrialização e a globalização disseminaram padrões ocidentalizados de consumo, substituindo práticas tradicionais e adaptando a alimentação às novas condições da sociedade.

Mesmo diante dessas mudanças, a infância continua sendo um momento decisivo para a consolidação de hábitos duradouros. Conforme destacam Souza e Cadete (2017), as experiências alimentares precoces influenciam escolhas futuras e a relação com o alimento, sendo a exposição a opções saudáveis e o convívio familiar determinantes para padrões equilibrados. Dessa forma, investir na alimentação infantil é essencial para a promoção da saúde a longo prazo.

Além disso, os pais e responsáveis exercem papel fundamental nesse processo. Segundo Prates, Pereira e De Pinho (2016), a percepção parental sobre os benefícios de uma alimentação nutritiva influencia diretamente a aceitação da criança aos novos alimentos. Cabe à família oferecer refeições variadas, evitar excessos e servir de exemplo, pois o comportamento alimentar infantil é amplamente moldado pela observação.

Por fim, a alimentação também impacta o desenvolvimento global. Como explicam Vieira, Araújo e Jamelli (2016), práticas inadequadas, como o uso prolongado de mamadeiras ou a introdução tardia de alimentos sólidos, podem prejudicar o desenvolvimento orofacial e a fala. Assim, a alimentação deve ser entendida não apenas sob o aspecto nutricional, mas também como estímulo essencial ao crescimento físico e

cognitivo.

4.3. A PUBLICIDADE ALIMENTAR E A FORMAÇÃO DE HÁBITOS

O avanço das tecnologias ampliou significativamente o alcance da publicidade de alimentos, tornando-a parte constante do cotidiano. Conforme ressaltam Veloso e Almeida (2022), a era digital intensificou a influência das campanhas publicitárias sobre o comportamento infantil, estimulando o consumo por meio de apelos emocionais e do desejo imediato.

A publicidade moderna privilegia produtos compatíveis com o ritmo acelerado da vida contemporânea. De acordo com Giesta *et al.* (2019), alimentos ultraprocessados, ricos em açúcares e gorduras, são promovidos como práticos e satisfatórios, moldando preferências alimentares desde a infância. Nessa perspectiva, Bernardini, Araújo e Sobral (2023) observam que a exposição precoce à propaganda associa esses produtos à diversão e à felicidade, consolidando padrões automáticos de consumo.

Além disso, a vulnerabilidade cognitiva das crianças potencializa o impacto da mídia. Como destacam Bernardini, Araújo e Sobral (2023), a publicidade molda a relação emocional com a comida e naturaliza práticas nocivas ao associar alimentos industrializados ao prazer e à aceitação social. Nesse mesmo sentido, Santana, Oliveira e Clemente (2015) explicam que campanhas com personagens e celebridades exploram a dificuldade infantil em distinguir informação de persuasão, criando vínculos afetivos com as marcas e reduzindo a capacidade crítica.

Adicionalmente, o apelo midiático modifica a rotina alimentar e o convívio familiar. Segundo Prodanov e Cimadon (2016), a exposição constante à publicidade estimula a substituição de refeições caseiras por produtos industrializados, promovendo hábitos rápidos e individualizados, muitas vezes acompanhados por telas. Como reforçam Veloso e Almeida (2022), associar ultraprocessados à felicidade e ao sucesso contribui para o consumo automático e desatento, o que, a longo prazo, favorece o surgimento de obesidade e doenças crônicas.

4.4. OS IMPACTOS DO USO EXCESSIVO DE DISPOSITIVOS ELETRÔNICOS NO COMPORTAMENTO ALIMENTAR INFANTIL

A alimentação infantil é responsabilidade dos cuidadores, mas, em uma sociedade voltada ao consumo rápido, o acesso precoce a produtos ultraprocessados tornou-se comum. Conforme apontam Giesta *et al.* (2019), a introdução desses alimentos antes dos dois anos contraria as diretrizes de alimentação saudável e está ligada à falta de informação, à influência midiática e à rotina acelerada das famílias, consolidando hábitos prejudiciais desde cedo.

Além disso, a publicidade digital intensifica essa realidade. De acordo com Bernardini, Araújo e Sobral (2023), o marketing utiliza recursos lúdicos para promover alimentos de baixo valor nutricional, normalizando o consumo de ultraprocessados. Somam-se a esses fatores os aspectos socioeconômicos: conforme relatam Sparrenberger *et al.* (2015), famílias com menor renda e escolaridade consomem mais esses produtos; e, segundo Soares *et al.* (2022), características maternas, como idade e escolaridade, influenciam diretamente os hábitos alimentares infantis.

O uso prolongado de telas agrava o problema ao interferir nas refeições e na atenção das crianças. Conforme descrevem Carvalho *et al.* (2023), o uso de dispositivos eletrônicos reduz a percepção de saciedade e estimula o consumo automático de ultraprocessados. Além disso, como ressaltam Veloso e Almeida (2022), a presença de telas durante as refeições prejudica o convívio familiar e o aprendizado de escolhas alimentares saudáveis.

Por fim, os impactos sobre a obesidade infantil são amplamente reconhecidos. De acordo com Feitosa e Zanella (2022), o consumo de alimentos diante das telas está associado ao ganho de peso excessivo, pois a distração aumenta a ingestão calórica e o consumo de produtos hipercalóricos, favorecendo a obesidade e o desenvolvimento de doenças crônicas.

4.5. O USO DE TELAS, O SEDENTARISMO E O HÁBITO ALIMENTAR

A formação dos hábitos alimentares na infância envolve múltiplos fatores, entre eles

a exposição precoce às telas. Conforme destacam Leão *et al.* (2022), a primeira infância é um período de intensa aprendizagem, e a presença de dispositivos durante as refeições compromete a atenção plena e favorece o consumo de alimentos industrializados. Assim, controlar o tempo de tela e estimular refeições conscientes são medidas essenciais para a promoção da saúde infantil.

Além disso, o uso prolongado de dispositivos eletrônicos está associado ao aumento do sedentarismo e do risco de obesidade. De acordo com Santana, Ruas e Queiroz (2021), o tempo excessivo em frente às telas reduz a prática de atividades físicas e favorece hábitos inadequados de sono e alimentação, prejudicando o desenvolvimento corporal e motor.

O sedentarismo infantil também envolve aspectos emocionais e comportamentais. Nesse sentido, Veloso e Almeida (2022) observam que a constante presença de mídias eletrônicas altera a dinâmica familiar e o aprendizado alimentar, enfraquecendo o convívio ativo e a construção de hábitos saudáveis.

Por fim, os pais têm papel fundamental na prevenção desse quadro. Conforme ressaltam Da Silva *et al.* (2022), a educação alimentar no ambiente familiar é uma das estratégias mais eficazes para combater o consumo de ultraprocessados. Para tanto, recomenda-se oferecer alimentos naturais desde cedo, evitar recompensas alimentares e promover refeições em família, fortalecendo o exemplo e a responsabilidade parental na formação de hábitos saudáveis.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A formação dos hábitos alimentares na infância é fortemente influenciada pelo ambiente em que a criança vive. Segundo Leão *et al.* (2022), a primeira infância é decisiva para consolidar práticas alimentares que perduram por toda a vida. Quando esse processo ocorre em um contexto de sedentarismo e alta exposição às telas, tornam-se comuns padrões alimentares inadequados e comportamentos de risco. A ausência de estímulo à atividade física e o consumo frequente de alimentos ultraprocessados favorecem o surgimento precoce de doenças crônicas, como diabetes tipo 2 e hipertensão. Assim, construir um ambiente alimentar equilibrado e incentivar estilos de vida ativos são medidas fundamentais para a prevenção desses problemas.

Além disso, a publicidade voltada ao público infantil representa um obstáculo à formação de hábitos saudáveis. Como destacam Santana, Oliveira e Clemente (2015), as crianças são cognitivamente mais suscetíveis a campanhas publicitárias, especialmente nas mídias digitais, que associam produtos ultraprocessados à diversão e à felicidade. Diante disso, a regulação da publicidade e a educação alimentar são estratégias essenciais para enfrentar os efeitos negativos da mídia e reduzir os índices de obesidade e sedentarismo infantil.

Por fim, é possível afirmar que o uso excessivo de telas, aliado à influência midiática e à inatividade física, estimula comportamentos alimentares inadequados e o aumento da obesidade infantil. Conforme enfatizam Prodanov e Cimadon (2016) e Veloso e Almeida (2022), a intervenção precoce é crucial para reverter esse cenário, o que inclui o fortalecimento de políticas públicas voltadas à educação alimentar, ao uso consciente das tecnologias e ao combate à exposição excessiva a conteúdos midiáticos. Programas como o Programa Saúde na Escola (PSE) e a Política Nacional de Alimentação e Nutrição (PNAN) podem atuar de forma articulada, promovendo orientações sobre alimentação saudável e sobre o papel das telas no cotidiano infantil.

Além disso, campanhas educativas devem alcançar famílias e escolas, esclarecendo riscos, estimulando práticas como refeições sem telas e destacando a importância de alimentos naturais no cotidiano. O envolvimento familiar, por sua vez, permanece central: pais que dialogam sobre alimentação, oferecem repertório alimentar variado e limitam o uso de tecnologias contribuem significativamente para a construção de hábitos saudáveis.

Assim, conclui-se que a combinação entre políticas públicas efetivas, ações educativas contínuas e participação ativa das famílias é fundamental para promover estilos de vida mais saudáveis, reduzir a influência midiática e garantir o desenvolvimento integral das crianças.

REFERÊNCIAS

BARRETO, Michelle de Jesus *et al.* Os impactos do tempo de tela no desenvolvimento infantil. **Revista Saúde UNIFAN**, v. 3, n. 1, p. 58–66, 2023. Disponível em: <https://saudeunifan.com.br/wp-content/uploads/2023/04/OS-IMPACTOS-DO-TEMPO-DE-TELA-NO-DESENVOLVIMENTO-INFANTIL.pdf>. Acesso em: 30 out. 2025.

BERNARDINI, Alexandra Fátima; ARAÚJO, Monaliza Petrucci de; SOBRAL, Marcileide Cavalcanti. **Publicidade x alimentação infantil: influência da publicidade na alimentação infantil.** 2023. Disponível em: <http://ric.cps.sp.gov.br/handle/123456789/15655>. Acesso em: 30 out. 2025.

CARVALHO, Karina *et al.* Uso de telas na infância como forma de distração para comer e seletividade alimentar: um estudo de revisão. **Saber Científico (1982-792X)**, v. 12, n. 1, 2023. Disponível em: <https://periodicos.saolucas.edu.br/index.php/resc/article/view/2152>. Acesso em: 30 out. 2025.

CORDEIRO, Ana Beatriz Bonatto *et al.* **A influência do marketing dos ultraprocessados na alimentação infantil.** 2024. Disponível em: <http://ric.cps.sp.gov.br/handle/123456789/28438>. Acesso em: 30 out. 2025.

DA SILVA, Amanda de Fátima Rodrigues *et al.* Impacto e consequências do consumo de alimentos ultraprocessados na saúde infantil. **Research, Society and Development**, v. 11, n. 15, p. e123111536883–e123111536883, 2022. Disponível em: <https://rsdjournal.org/index.php/rsd/article/view/36883>. Acesso em: 30 out. 2025.

FEITOSA, Isabela Costa; ZANELLA, Priscila Berti. Impacto do consumo de alimentos em frente à televisão e sua relação com a obesidade infantil. **Brazilian Journal of Health Review**, v. 5, n. 1, p. 2404–2415, 2022. Disponível em: https://www.researchgate.net/profile/Priscila-Zanella/publication/367776078_Impacto_do_consumo_de_alimentos_em_frente_a_televisao_e_sua_relacao_com_a_obesidade_infantil_Impact_of_food_consumption_in_front_of_television_and_its_relationship_with_child_obesity/links/659450096f6e450f19c4863d/Impacto-do-consumo-de-alimentos-em-frente-a-televisao-e-sua-relacao-com-a-obesidade-infantil-Impact-of-food-consumption-in-front-of-television-and-its-relationship-with-child-obesity.pdf. Acesso em: 30 out. 2025.

GIESTA, Juliana Mariante *et al.* Fatores associados à introdução precoce de alimentos ultraprocessados na alimentação de crianças menores de dois anos. **Ciência & Saúde Coletiva**, v. 24, p. 2387–2397, 2019. Disponível em: <https://www.scielo.org/article/csc/2019.v24n7/2387-2397/>. Acesso em: 30 out. 2025.

LEÃO, Jéssica Ingrid *et al.* Formação de hábitos alimentares na primeira infância. **Research, Society and Development**, v. 11, n. 7, p. e47711730438–e47711730438, 2022.

Disponível em: <https://rsdjournal.org/index.php/rsd/article/view/30438>. Acesso em: 30 out. 2025.

LIMA, Nádia Laguárdia de *et al.* As redes sociais virtuais e a dinâmica da internet. **Gerais: Revista Interinstitucional de Psicologia**, v. 9, n. 1, p. 90–109, 2016. Disponível em: https://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?pid=S1983-82202016000100008&script=sci_arttext. Acesso em: 30 out. 2025.

OLIVEIRA, Anna Laura Silva *et al.* Os impactos do uso de telas no neurodesenvolvimento infantil. **Revista Educação em Saúde**, p. 103–117, 2021. Disponível em: <https://revistas2.unievangelica.edu.br/index.php/educacaoemsaude/article/view/6088>. Acesso em: 30 out. 2025.

OLIVEIRA, Juliana Souza *et al.* ERICA: uso de telas e consumo de refeições e petiscos por adolescentes brasileiros. **Revista de Saúde Pública**, v. 50, p. 7s, 2016. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/rsp/a/JVk5cQ9KpVv4PnvMjZ8Kmqz/?lang=pt>. Acesso em: 30 out. 2025.

OLIVEIRA, Willian Kaizer de; SCHAPER, Valério Guilherme. **Plantar, comer e rezar: a produção de alimentação e a formação de hábitos alimentares: em busca de uma abordagem ético-religiosa.** 2015. Disponível em: <http://dspace.est.edu.br:8080/xmlui/handle/BR-SIFE/16>. Acesso em: 30 out. 2025.

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. Disponível em: <https://periodicos.feevale.br/seer/index.php/revistaconhecimentoonline/article/view/366>. Acesso em: 30 out. 2025.

SANTANA, M. I.; RUAS, M. A.; QUEIROZ, P. H. B. O impacto do tempo de tela no crescimento e desenvolvimento infantil. **Revista Saúde em Foco**, v. 14, p. 169–179, 2021. Disponível em: <https://portal.unisepe.com.br/unifia/wp-content/uploads/sites/10001/2021/05/O-IMPACTO-DO-TEMPO-DE-TELA-NO-CRESCIMENTO-E-DESENVOLVIMENTO-INFANTIL.pdf>. Acesso em: 30 out. 2025.

SANTANA, Marília Karla Laurentino; DE OLIVEIRA, Cláudia Martins; CLEMENTE, Heleni Aires. Influência da publicidade de alimentos direcionada ao público infantil na formação de hábitos alimentares. **Revista Uni-RN**, v. 14, n. 1/2, p. 125–125, 2015. Disponível em:

<https://revistas.unirn.edu.br/index.php/revistaunirn/article/view/355>. Acesso em: 30 out. 2025.

SEVERINO, Antonio. **Metodologia do Trabalho Científico**. 24. ed. São Paulo: Cortez Editora, 2017.

SILVA, Ana Karoliny Teixeira *et al.* **Influência das telas no cotidiano das crianças: uma revisão bibliográfica**. 2023. Disponível em: <https://repositorio.pucgoias.edu.br/jspui/handle/123456789/7375>. Acesso em: 30 out. 2025.

SILVA, Giselia A. P.; COSTA, Karla A. O.; GIUGLIANI, Elsa R. J. Alimentação infantil: além dos aspectos nutricionais. **Jornal de Pediatria**, v. 92, p. 2–7, 2016. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/jped/a/H8MdrRDbRRBRLMnNG85Q99Q/?lang=pt>. Acesso em: 30 out. 2025.

SOARES, Marcela Martins *et al.* Características maternas e infantis correlacionadas à frequência do consumo de alimentos ultraprocessados por crianças de 6 a 24 meses. **Revista Brasileira de Saúde Materno Infantil**, v. 22, p. 365–373, 2022. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/rbsmi/a/nMnFYQxCvC5MvF6KYbZskBt/?lang=pt>. Acesso em: 30 out. 2025.

SOUSA, Lucas Lopes; DE CARVALHO, José Bégue Moreira. Uso abusivo de telas na infância e suas consequências. **Revista Eletrônica Acervo Saúde**, v. 23, n. 2, p. e11594–e11594, 2023. Disponível em: <https://acervomais.com.br/index.php/saude/article/view/11594>. Acesso em: 30 out. 2025.

SOUZA, Adriana Alves Novais; SCHNEIDER, Henrique Nou. Tecnologias digitais na formação inicial docente: articulações e reflexões com uso de redes sociais. **ETD – Educação Temática Digital**, v. 18, n. 2, p. 418–436, 2016. Disponível em: <https://periodicos.sbu.unicamp.br/ojs/index.php/etd/article/view/8640946>. Acesso em: 30 out. 2025.

SOUZA, Alcione Aguiar; CADETE, Matilde Meire Miranda. O papel das famílias e da escola na formação de hábitos alimentares saudáveis de crianças escolares. **Revista Pedagógica**, v. 19, n. 40, p. 136–154, 2017. Disponível em: <https://pegasus.unochapeco.edu.br/revistas/index.php/pedagogica/article/view/3747>.

Acesso em: 30 out. 2025.

SPARREBERGER, Karen *et al.* Consumo de alimentos ultraprocessados entre crianças de uma Unidade Básica de Saúde. **Jornal de Pediatria**, v. 91, n. 6, p. 535–542, 2015.

Disponível em: <https://www.scielo.br/j/jped/a/GGxmbKrcpNyfL8FLG3zMmbC/>. Acesso em: 30 out. 2025.

VELOSO, Maria das Graças; DE ALMEIDA, Simone Gonçalves. A influência das mídias eletrônicas na construção dos hábitos alimentares na infância: um panorama do comportamento alimentar infantil na era digital e no contexto familiar. **Research, Society and Development**, v. 11, n. 9, p. e5611931285–e5611931285, 2022. Disponível em: <https://rsdjournal.org/index.php/rsd/article/view/31285>. Acesso em: 30 out. 2025.

VIEIRA, Victor Costa Alves Medeiros; ARAÚJO, Cláudia Marina Tavares de; JAMELLI, Sílvia Regina. Desenvolvimento da fala e alimentação infantil: possíveis implicações. **Revista CEFAC**, v. 18, p. 1359–1369, 2016. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/rcefac/a/MBDbdqYWMs9GyFZb6tSbbZC/>. Acesso em: 30 out. 2025.

VIOLA, Poliana Cristina de Almeida Fonseca *et al.* Situação socioeconômica, tempo de tela e de permanência na escola e o consumo alimentar de crianças. **Ciência & Saúde Coletiva**, v. 28, n. 1, p. 257–267, 2023. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/csc/a/g8QRGYbbhWQHzhVDvmRwryr/?lang=pt>. Acesso em: 30 out. 2025.