

## INFLUÊNCIA DA MÍDIA NO COMPORTAMENTO ALIMENTAR INFANTIL

A alimentação saudável está relacionada com a saúde, bem estar e desenvolvimento fisiológico. Desse modo é importante que todos os indivíduos obtenham uma alimentação equilibrada, sobretudo as crianças. Entretanto, observa-se que o consumo alimentar do público infantil tem sofrido variações, visto que o crescimento do consumo por alimentos menos nutritivos tem aumentado. Sobre esse contexto, observa-se que a mídia tem influenciado esse comportamento, uma vez que é um público facilmente influenciado. Nesse sentido, essa pesquisa visa responder o seguinte questionamento: De que forma a mídia tem influenciado o consumo alimentar do público infantil nos últimos cinco anos? Sendo o objetivo geral: Analisar a utilização da mídia no público infantil para influenciar no consumo alimentar. E os objetivos específicos: Identificar os mecanismos utilizados pela mídia para influenciar o publico infantil; Analisar as implicações da influência midiática no publico infantil diante do consumo alimentar. De acordo com os métodos esta pesquisa se apresenta como bibliográfica de abordagem qualitativa. Os dados foram coletados utilizando as bases de dados Google acadêmico e Scientific Electronic Library Online (SciELO) tendo a limitação temporal entre 2017 a 2021. Para a busca, foram utilizados os descritores combinados por: alimentação infantil e influência do marketing e marketing alimentar infantil e mídia e alimentação infantil. Como resultado, infere-se que a mídia tem influenciado o comportamento do publico infantil. Entre os canais, os mais utilizados são os comerciais, tanto em televisão quanto pela internet. Além disso, o estudo verificou estratégias utilizadas pela mídia, tais como, associação do produto a personagens de desenhos, brindes promocionais e embalagens coloridas e atrativas. Por fim, conclui-se que a mídia tem alcançado efetividade em conquistar o público infantil, visto que tem influenciado o comportamento alimentar das crianças. Entretanto, esse consumo não tem ocorrido de forma saudável, uma vez que os alimentos mais palatáveis e mais divulgados pela mídia são os de menor valor nutricional. Assim, crianças estão sendo inseridas desde muito cedo a uma prática alimentar que na maioria das vezes não é saudável.

Palavras-chave: Alimentação infantil; Estratégias midiáticas; Marketing alimentar