

## INFLUÊNCIA DA TELEVISÃO NOS HÁBITOS ALIMENTARES DE CRIANÇAS DO NORDESTE BRASILEIRO

### THE INFLUENCE OF TELEVISION ON THE EATING HABITS OF BRAZILIAN NORTHEAST CHILDREN

Sophia Motta-Gallo, Paulo Gallo, Angela Cuenca

---

#### Resumo

**Objetivo:** o objetivo deste estudo é aprofundar a compreensão sobre a influência da televisão nos hábitos de alimentares de crianças a partir da análise da percepção dos cuidadores – mãe, pai e avó.

**Método:** 14 entrevistas semi-estruturadas foram aplicadas em cuidadores – mãe, pai e avó, de 29 crianças escolares com idade entre 7 e 9 anos, matriculadas na 2ª Série do Ensino Fundamental de uma Escola Pública da periferia urbana de um município do Nordeste Brasileiro. As entrevistas foram gravadas e transcritos os discursos. Os resultados foram apresentados em quadros temáticos de análises e analisados à luz da teoria sócio-histórica, com base nas contribuições de Vygotsky (1984) e Bakhtin (2001).

**Resultados:** cuidadores frequentemente identificaram a influencia das propagandas de alimentos veiculadas pela televisão nas demandas e nos critérios de escolha dos alimentos e dos brinquedos das crianças. Também perceberam que as decisões de compra da família passam a ser reguladas pelas solicitações das crianças motivadas pelas propagandas televisivas. E que as preferências alimentares – a estrutura e o ritmo das refeições das crianças sofreram modificações devido à influência deste veículo midiático.

**Conclusão:** os cuidadores identificam a influência da televisão nos hábitos de consumo alimentar das crianças, mas não conseguem entender a magnitude dessa influência na vida das crianças por eles cuidadas. Entender essa magnitude é um desafio que nos é colocado a partir deste estudo.

**Palavras-chave:** criança; comportamento alimentar; hábitos de consumo; televisão; qualitativa.

#### Abstract

**Objectives:** the aim of this study is to assess caregivers' perceptions about the influence of television on the eating habits of children from the socially vulnerable Northeast region of Brazil.

**Methods:** a total of 14 semi-structured interviews were conducted with caregivers. The participants included mothers, fathers, and grandmothers of 29 schoolchildren from a public school in the outskirts of a town in the Agreste Meridional in Northeast Brazil. The interviews were transcribed and analysed in light of socio-historical theory based on the work of Vygotsky (1984) and Bakhtin (2001). **Results:** the caregivers explained the influence of televised food advertisements on children's requests for food and the criteria children use to choose foods. The caregivers also observed that the family's buying decisions were governed by the children's requests, which are driven by television advertisements. Furthermore, the children's food preferences (i.e., the structure and rhythm of children's meals) changed because of the influence of the media. **Conclusions:** although caregivers are able to describe the influence of television on the eating habits of children, the magnitude of this influence on children's lives is still unclear. Understanding the magnitude of the influence is a challenge posed by this study to professionals, experts in the field, and the Brazilian health system.

**Key words:** public health; children; eating behaviour; consumer habits; television; qualitative.

---

1 Department of Maternal and Child Health, School of Public Health, University of São Paulo, Sao Paulo, Brazil.  
**Corresponding author:** Sophia Motta-Gallo

Suggested citation: Motta-Gallo S, Gallo P, Cuenca A. The influence of television on the eating habits of brazilian northeast children 2013; 23(1): 87-93

Manuscript submitted Nov 11 2012, accepted for publication Dez 30 2012.

## INTRODUÇÃO

Desde o nascimento, o comportamento alimentar da criança é influenciado por fatores externos ao ambiente familiar, sendo de longa data os estudos que enfocam a alimentação como fenômeno mediado pelas propagandas de alimentos<sup>1,2</sup>.

Apesar das desigualdades econômicas e socioculturais da população brasileira, a globalização universalizou o acesso à mídia. As facilidades tecnológicas possibilitaram o acesso de populações socialmente vulneráveis ao universo midiático e às suas influências, transformando as condições materiais de vida, ao modificar os hábitos de consumo nessas populações.

Giddens<sup>3</sup> denomina esse fenômeno como *reflexividade*. Já Castells<sup>4</sup> o denomina *cultura da virtualidade real*. Nesse cenário, a constatação da inteligência coletiva, termo criado por Lévy<sup>5</sup>, já se tornou um consenso, inscrevendo as mídias como o fio invisível que entrelaça consciências, espaços, perguntas e desejos<sup>6</sup>.

Nesse contexto, a televisão se destaca como veículo de comunicação, por ser o veículo de informação mais acessível da população brasileira dado a abrangência. *"Alcançando a totalidade dos 5.565 municípios e atingindo 95,1% dos domicílios, a televisão constitui o principal elo entre os cidadãos e o mundo, tendo um impacto incomensurável sobre a sociedade brasileira"*<sup>7</sup>.

Desse modo, justifica-se a importância de estudos que busquem compreender a influência da televisão no comportamento alimentar e nos hábitos de consumo de crianças brasileiras. Este artigo foi elaborado para verificar a percepção dos cuidadores sobre a influência da televisão na alimentação e os hábitos de consumo das crianças brasileiras durante as refeições.

## MÉTODO

Trata-se de estudo qualitativo de caráter descritivo, realizado por meio de entrevistas com cuidadores de crianças escolares de área periférica do município de Garanhuns, da Região do Agreste Meridional, do Nordeste Brasileiro.

### O Cenário da Pesquisa

O Estado de Pernambuco, com 185 municípios, é dividido em macrorregiões com especificidades geopolíticas e culturais. O clima semi-árido dá formas e cor à geografia humana desta região<sup>8</sup>.

O Nordeste Brasileiro é considerada região vulnerável socialmente<sup>9</sup>. O Índice de Desenvolvimento Humano (IDH-M) do Brasil é de 0,718, enquanto

o da região de estudo, 0,652. Para fins de estudo, o país com mais alto IDH em 2011 foi a Noruega, que alcançou a marca de 0,943, enquanto o Brasil figurou no 73º lugar no ranking de 169 países<sup>1</sup>.

Garanhuns é conhecido como a Suíça Brasileira por suas características: a) climáticas (*variação entre 18º a 5º*); b) topográficas (*a cidade de região semi-árida, mas que está localizada entre sete colinas, com 1.030m de altitude*). Destaca-se por ser o maior centro de captação de leite do Estado de Pernambuco, sendo responsável por 70% (= 400 produtores de leite da região) da produção local da bacia leiteira pernambucana; local em que se encontra uma das mais importantes indústrias de laticínios do Brasil<sup>10</sup>.

No entanto, esse município também é marcado com áreas de pobreza extrema nas suas áreas periféricas. O que se observa é a existência de valas negras, esgoto a céu aberto e casas sem abastecimento de água tratada; coexistindo com atividade agrícola de subsistência à exploração das atividades agropecuárias, diferenciando esta região de populações residentes de áreas litorâneas e metropolitanas, com plantio de feijão, milho e mandioca<sup>10</sup>. O que motivou a escolha dessa região brasileira para estudo.

### Participantes

Participaram da pesquisa 14 cuidadores (mães, pais e avós), que representam uma subamostra de cuidadores de mais de uma criança (7-9 anos). Estes foram selecionados, por sorteio, de 29 famílias de alunos matriculados na 2ª Série do Ensino Fundamental de uma escola da Rede Pública de Ensino da periferia urbana do Município de Garanhuns, PE.

Como pais, mãe e avós têm mostrado cuidar da alimentação de seus filhos e netos de forma diferente<sup>11</sup> e mães tendem a ser o cuidador primário<sup>12</sup> - mães, pais e avós foram incluídos (Quadro 1). Portanto, entendemos por cuidadores pai, mãe e avó - pessoas reconhecidas pelo Estatuto da Criança e do Adolescente - ECA (Lei Federal nº 8069/90), como responsável pelos cuidados da criança.

A pesquisa foi autorizada pela Gerência Regional de Educação do Agreste Meridional (GRE 11) e pela Direção da Escola. O projeto foi aprovado pelo Comitê de Ética em Pesquisa da FSP/USP. Todos os entrevistados foram esclarecidos e consentiram participar do estudo.

### Material

Foi criado um guia tópico para levar os cuidadores a descrever a influência da televisão nas preferências alimentares e nos hábitos de consumo das crianças, e como eles percebem as solicitações das crianças com relação às suas demandas de consumo e o que elas pedem para comprar, descritos no Quadro 2.

**Quadro 1.** Características sócio-demográficas de cuidadores por código de identificação. Garanhuns, Nordeste Brasileiro, 2009

IDç (cód. de ident.)	Idade (anos)	Parentesco (grau)	Etnia	Escolaridade*	Crianças (número)	Renda Familiar# (salário mínimo [R\$])	Tipe de Moradia
S1	62	Avó	branca	1	1	1	própria
S2	35	Mãe	parda	2	2	2	alugada
S3	35	Mãe	parda	2	1	2	alugada
S4	40	Mãe	parda	2	1	2	alugada
S5	27	Mãe	parda	2	2	2	alugada
S6	29	Mãe	branca	2	1	2	alugada
S7	48	Mãe	parda	2	2	2	alugada
S8	44	Avó	parda	2	2	2	alugada
S9	29	Mãe	negra	2	1	2	outros
S10	29	Mãe	parda	2	1	2	alugada
S11	34	Pai§	branca	1	3	1	alugada
S12	ND+	Avó	parda	2	2	2	alugada
S13	ND	Avó	parda	2	1	2	alugada
S14	62	Avó	parda	1	2	1	alugada

ç = Sujeitos Entrevistados; + = Idade Não Declarada; § = cuidador sexo masculino; \* 1 =  $\geq$  2º Grau Completo, 2 =  $\leq$  2º Grau Completo; # 1 = > 1SM até 2 SM, 2 =  $\leq$  1SM.

**Quadro 2:** Tópicos abordados na entrevista com os cuidadores selecionados para pesquisa. Garanhuns, Nordeste Brasileiro, 2009

### (1) Esclarecimentos sobre a pesquisa e o Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE)

Por meio de uma carta-convite, os pesquisadores convidaram os cuidadores a participarem do estudo sobre a influência da televisão na alimentação e nos hábitos de consumo das crianças no cotidiano e foram esclarecidos (TCLE) dos objetivos da pesquisa; de que os pesquisadores contavam com a autorização da Gerência Regional de Educação do Agreste Meridional (GRE 11), e com o apoio da Direção da Escola.

### (2) Preferências alimentares das crianças

Pede-se aos cuidadores que descrevam o que as crianças gostam de comer e de tomar e se percebem alguma influência da televisão sobre as preferências alimentares das crianças.

Perguntas: o que a criança gosta de comer? O que a criança gosta de tomar? Na sua opinião, as propagandas de alimento interferem

na preferência alimentar das crianças? De que modo?

### (3) Demandas de consumo das crianças

Pede-se aos cuidadores que descrevam que alimentos as crianças pedem para comprar, a motivação da escolha (marca/preço), as marcas de preferência da criança e os alimentos que as crianças pedem para comprar que passam na televisão.

Perguntas: que alimentos a criança pede para comprar? O alimento que a criança pede para comprar, a escolha é feita pela marca ou pelo preço? Quais as marcas preferidas pela criança? Na sua opinião, o que motiva a compra do alimento?

As perguntas foram abertas e o guia dos tópicos abordados na entrevista foi aplicado de forma flexível. Em geral frases como "você pode falar mais?" estimularam maior participação dos entrevistados. Os participantes foram informados que não haviam respostas certas ou erradas e que todas as informações seriam mantidas em anonimato<sup>12</sup>.

Eles também foram incentivados a considerar todas as crianças por eles cuidadas, e que estavam matriculadas na Escola do presente estudo. As entrevistas que foram gravadas e transcritas textualmente no nível semântico com todas as palavras ditas e outras figuras, inclusive pausas. A coleta de dados foi realizada até que a saturação temática fosse atingida<sup>12</sup>.

### Análises

Foi produzida uma descrição em profundidade da experiência dos cuidadores em relação às preferências alimentares das crianças e a influência da televisão, apresentando os resultados em quadros temáticos de análises<sup>12</sup>. As transcrições foram codificadas utilizando as análises semântica (significado de superfície) e latente (idéias entre linhas, suposições e conceitos) por releitura das transcrições a partir das teorias de abordagens dialógicas<sup>13</sup>.

Para compor os quadros temáticos foram criados códigos em um conjunto mais amplo de categorias fundamentadas nas teorias de Castro<sup>8</sup>, Bauman<sup>14,15</sup> e Beck<sup>16</sup>. Os quadros foram revisados por três pesquisadores para evitar vieses de interpretação. Para assegurar que os dados refletissem a percepção dos entrevistados os resultados verificando as confluências e dessemelhanças entre eles<sup>12</sup>.

A análise das respostas foi fundamentada na teoria sócio-histórica, com base nas contribuições de Vygotsky<sup>17</sup> e Bakhtin<sup>18</sup>, o que nos permitiu compreender a percepção dos cuidadores.

## RESULTADOS E DISCUSSÃO

Os resultados das análises nos permitiu compreender que os cuidadores percebem que houve a influência da televisão nos hábitos de consumo alimentar das crianças.

As crianças são estimuladas pelas propagandas "(...) *que estão passando na televisão*" (ID S1), apesar de a renda familiar contribuir de modo mais enfático para delinear o perfil socioeconômico das famílias deste estudo (Quadro 3).

**Quadro 3:** Percepção dos cuidadores sobre as preferências alimentares das crianças e a influência da televisão. Garanhuns. Nordeste Brasileiro, 2009

### a) Preferência alimentar da criança – estrutura e ritmo das refeições

"De manhã cedo, quando acorda, refrigerante. Arroz, macarrão e carne torrada. "Na hora da janta, refrigerante." (ID S2). "Ele gosta de leite com café, pão e bolacha" (ID S5). "A televisão fica na sala de jantar e ele come vendo televisão. Quando ele não te vendo televisão, ele não quer comer" (ID S6). "No almoço, se você vai dar frutas, verduras, legumes, ele não quer não" (ID S14). "Quando sente fome, ele pede carne, feijão. Na janta:

arroz, feijão. Às vezes, ele toma um leitinho com biscoito, come pão com ovo, queijo e bolo" (ID S13). "Todininho, batata frita. Ele gosta de comer besteira: pirulito, confeito, batatinha" (ID S3). "Biscoito de chocolate, ketchup, mostarda, salsicha, presunto e gosta de queijo também" (ID S1). "Biscoito, iogurte, refrigerante, bolo, Miojo. De comida mesmo, ele não gosta não" (ID S9). "A influência da propaganda é assim: deixa uma certa vontade na criança; uma curiosidade de saber que gosto tem" (ID S11). "Passa na televisão, aí ele tem vontade de comer o que passa na televisão. É propaganda de iogurte, refrigerante, biscoito. A criança só quer comer o que passa na televisão. Se você compra de outro, ele não come. Diz que é ruim" (ID S9).

### b) Influência da televisão na demanda de consumo

"De primeiro, ele era louco por suco, agora ele só quer tomar leite achocolatado Nescau e um tal de Geladinho. Tudo dele é Coca-Cola" (ID S1). "Bastante refrigerante e suco. Ele não toma qualquer um. Só quer refrigerante Jatobá" (ID S3). "Suco e refrigerante. Coca-Cola, também é o melhor!" (ID S6). "Guaraná, Fanta, essas coisas... Todinho, eu sei que é bom. Biscoito Danone" (ID S5). "Iogurte da Parmalat" (ID S7). "Pra beber, é água de limão do Bob Esponja" (ID S14). "Pede pra comprar doce, biscoito; essas coisas assim... Biscoito, bala, refrigerante. Às veis, iogurte, Todinho. Só." (ID S9). "Ele pede pra comprar iogurte, Miojo, salgadinho" (ID S7). "Eles pedem biscoito, salgadinho, refrigerante" (ID S6). "Pede maçã, Miojo, papa de chocolate Nestlé" (ID S10). "Ele pede os Danones e os biscoitos que estão passando na televisão... Ele gosta de comprar alimentos que têm brinquedos e figurinhas" (ID S1). "Ele pede pra comprar Danone, biscoito, Todinho" (ID S12). "Ele sempre pede sorvete e refrigerante" (ID S7). "Agora mesmo, da última vez que ele foi comigo no mercado, pediu aquele Danone Activia que serve para oclusão intestinal" (ID S11)

### c) Influência da televisão na motivação da compra (preço x marca)

"Eles não entendem se aquela marca é boa ou não. Quando ele vê. Ele vê o biscoito" (ID S7). "Eu gosto de escolher assim: o melhor... Nem sempre dá pra olhar a marca" (ID S10). "Se eu tiver dinheiro, eu compro o melhorzinho" (ID S4). "Antigamente, eu escolhia pelo preço. Mas hoje tem a propaganda que influencia a criança. Se você compra de outro, ele diz que é ruim. Nem provou, mas rejeita. Só porque na televisão está fazendo uma propaganda que nem é essas coisas todas" (ID S1).

### d) Influência da televisão – critérios de escolha do alimento

"Ele escolhe o alimento pela propaganda, pela apresentação da embalagem. Eu acho que chama a atenção dele. Nos salgadinhos, geralmente, vêm aqueles brinquedinhos,

aquelas cartinhas” (ID S6). “Ele conhece todos os alimentos com brinquedos. Aí ele quer todos. Ele não quer o alimento. Ele só quer o boneco” (ID S14). “Quando ela assiste algumas propagandas de biscoito de chocolate, aí ela pede: \_ Mãe, tu compra?” (ID S8). “Quando ele vê alguma coisa na televisão, ele pede pra comprar. Se a pessoa compra alguma coisa diferente, ele pergunta: - Por que não comprou daquele?” (ID S3).

As crianças deixam de criar seus próprios brinquedos e passam a consumir aqueles que estão associados ao alimento “*Ele conhece todos os alimentos com brinquedos (...)* Ele não quer o alimento. Ele só quer o boneco” (ID S14).

As decisões de compra dos cuidadores passam a ser reguladas pelas propagandas “*Quando ele vê alguma coisa na televisão, ele pede pra comprar*” (ID S3). As preferências e práticas alimentares das crianças passam a ser moduladas pelo que está passando na telinha “*Ele escolhe o alimento pela propaganda (...)*” (ID S6).

Nesse contexto, as escolhas dos alimentos por parte dos cuidadores não depende mais do conhecimento sobre as informações nutricionais, nem tampouco é regulada pela égide da tradição alimentar ou da economia doméstica.

Uma nova ordem passa a imperar nessa relação cuidador-criança, modificando as relações familiares com relação ao consumo alimentar, bem como a relação criança-alimento, alimentação-nutrição e corpo-saúde – a ordem do desejo mobilizado pelo apelo midiático, tendo a televisão como suporte dessas narrativas, conforme aparece no Quadro 4.

**Quadro 4:** Percepção dos cuidadores sobre modos de vida e hábitos de consumo alimentar das crianças e a influência da televisão. Garanhuns. Nordeste Brasileiro, 2009

**a) Quanto à presença da televisão durante as refeições**

“Porque os meninos foram criados na frente da televisão... Já acordam vendo televisão. Vão dormir com a televisão ligada. A criança é influenciada pela televisão, até os danones e os biscoitos têm que ser os que estão passando na televisão. A criança só quer comer o que passa na televisão. Hoje, as crianças não querem mais sentar na mesa. É só na frente da televisão” (ID S1). “Ele janta assistindo televisão” (ID S2). “Almoça e janta assistindo” (ID S3; ID S9). “A televisão fica na sala de jantar e ele come vendo televisão. Quando ele não te vendo televisão, ele não quer comer” (ID S9). “Só come vendo televisão, todos em casa” (ID S4; ID S11). “ Ele só quer os que tem propaganda frequente na mídia” (ID S11).

**b) Quanto à presença da televisão nas atividades lúdicas e no brincar**

“Tem um leitinho Todinho que ele toma, porque vem com umas perguntas. Ele só quer os das figurinhas. Aí, ele lê e decora. Ele quer comprar chocolate Batom e biscoitos que têm as figurinhas que ele coleciona. Ele gosta de comprar alimentos que têm brinquedos e figurinhas” “A televisão fica na sala de jantar e ele come vendo televisão. Quando ele não te vendo televisão, ele não quer comer” (ID S1). “A apresentação da embalagem dos salgadinhos chama a atenção dele, porque geralmente vem aqueles brinquedinhos, aquelas cartinhas...” “Quando ele vê alguma coisa na televisão, ele pede para comprar.” (ID S5). “Quando ele vê, ele vê o biscoito. Já a de três anos, tudo o que vê, ela pede” (ID S7).

Estudos internacionais de crianças mostram que a televisão aumenta a ingestão de alimentos e obesidade. Estes estudos demonstraram que os aumentos de percentagem de gordura corporal, como a exposição a televisão e que aumento<sup>19</sup> do diabetes na infância está fortemente associada com a exposição prolongada a televisão<sup>20</sup>.

Nos Estados Unidos, uma revisão concluiu que as crianças assistem cerca de 20 horas de televisão por semana. No total, 91% dos anúncios são de alimentos com alto teor de gordura, açúcar e sal<sup>21</sup>.

Crianças brasileiras gastam pelo menos seis horas por dia em frente da televisão, jogos de vídeo, e computers<sup>22</sup>, influenciam 80% das decisões de compra. Esse comportamento também foi identificado pelo IBOPE<sup>2</sup>, que mostrou que crianças brasileiras passam uma média de cinco horas por dia assistindo à televisão e que leva cerca de 10 segundos para uma criança a mudar seu / sua mente. Dessa forma, as novas gerações vêm incorporando rapidamente hábitos não saudáveis que se apóiam em mudanças no comportamento influenciadas pela televisão. E o modo alimentar-se traz marcas alicerçadas na cultura<sup>23</sup>.

No Nordeste do Brasil, onde a desnutrição infantil já foi muito prominente, os estudos sobre a obesidade eo excesso de peso são limitados a segmentos específicos e diferentes faixas etárias, e uso de indicadores de nutrição diferentes. Em Campina Grande, foi observada alta prevalência de sobrepeso e obesidade em escolares. Isto pode ser explicado pela dieta e pelos maus hábitos alimentares<sup>24</sup>.

As secas sistemáticas são uma das principais características topográficas dessa região urbano-rural, marcada pela pobreza extrema, sendo causa determinante de uma carga de problemas de saúde não observadas em outras localidades. Observa-se na fala dos cuidadores que eles identificam essa influência, mas não conseguem entender a magnitude da influência da televisão na vida das crianças por eles cuidadas. Entender essa magnitude é um desafio que nos é colocado a partir deste estudo.

Portanto, o presente trabalho resultou que na percepção dos cuidadores de crianças a televisão influencia nos modos de vida e nos hábitos de consumo alimentar no cotidiano das crianças brasileiras e estas por influenciarem suas famílias.

Não se trata apenas de uma mudança de linguagem e de cultura, mas de uma transformação da compreensão da concepção dos binômios corpo-saúde, alimento-alimentação, indivíduo-sociedade numa geração em que o comer deixou às mesas e avançou para além da dimensão do alimento e das tradições.

O alimento, a comida, o ato de comer rompeu fronteiras, instalando novas linguagens em um outro lugar, com outros suportes; não mais real (a mesa), mas virtual (a televisão). O alimento virtualizou-se.

Os saberes e os sabores globalizaram-se, romperam as barreiras geográficas e culturais, integrando novas culturas e paradigmas. As crianças embarcaram nessa viagem midiática, levando junto os cuidadores.

## FONTES DE FINANCIAMENTO

Estudo desenvolvido com subsídio de Bolsa de Estudo no País [Doutorado] – CAPES (Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior).

## CONFLITO DE INTERESSES

Não houve qualquer potencial conflito de interesse, incluindo interesses políticos e/ou financeiros associados a patentes ou propriedade, provisão de materiais e/ou insumos e equipamentos utilizados no estudo pelos fabricantes.

## AGRADECIMENTOS

Agradecemos à Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior – CAPES pela bolsa estudo [Doutorado] concedida, o que nos permitiu a viabilização deste estudo em outro Estado da Federação.

## REFERÊNCIAS

- Nishida C, Uauy R, Kumanyika S, Shetty P. The Joint WHO/FAO Expert Consultation on diet, nutrition and the prevention of chronic diseases: process, product and policy implications. *Public Health Nutrition* 7(1A), 245–250.
- Jelliffe DI, Jelliffe EF. The incidence of protein-calorie malnutrition of early childhood. *Am J Public Health* 1963; 53(6): 905-912.
- Giddens A. *The consequences of modernity (As consequências da modernidade) 2nd ed*, Ed Unesp: São Paulo, 1991, p.45-51.
- Castells M. *The rise of network society*, Blackwell: Oxford and Malden, Mass, 1996, p.17, 199.
- Lévy P. *Collective intelligence. For an anthropology of cyberspace (A inteligência coletiva. Por uma antropologia do ciberespaço)*, Loyola: São Paulo, 1998, p.17 -29.
- Santaella L, Lemos R. *Digital social networks: the cognitive connections of Twitter (Redes sociais digitais: a cognição conectiva do twitter)*, Paulus: São Paulo, 2010, p.13-26.
- Marques de Melo J. Panorama da comunicação e das telecomunicações no Brasil 2011/2012 – Indicadores. In. Ipea: Brasília, 2012, p.29-37.
- Castro J. *Hunger: a forbidden subject, the last writings of Josue de Castro (Fome: um tema proibido, últimos escritos de Josué de Castro)*, Edited by Ana Maria de Castro, Civilização Brasileira: Rio de Janeiro, 2003, p.79 -149.
- Batista Filho M. Forum. *Centenary of Josue de Castro: lessons from the past, reflections for the future. (Fórum. Centenário de Josué de Castro: lições do passado, reflexões para o futuro)*. Introdução. *Cad Saúde Pública*. 2008; 24(11): 2695-97.
- Estatística IIBdGe. *Household Budget Survey (Pesquisa de Orçamentos Familiares), 2008-2009*, IBGE: Rio de Janeiro, 2010, p.62-85.
- Blisset J, Meyer C, Haycraft E. Maternal and paternal controlling feeding practices with male and female children. *Appetite* 2006; 47: 212-219.
- Webber L, Cooke L, Wardle J. Maternal perception of the causes and consequences of sibling differences in eating behaviour. *Eur J Clin Nutr* 2010; 64: 1316-1322.

13. Bakhtin MM. *Problems with Dostoevsky's poetry (Problemas da poética de Dostoievski)*, Forense Universitária: Rio de Janeiro, 1981, p.17-35; 106.
14. Bauman Z. *Liquid times (Tempos líquidos)*, Translation by Carlos Alberto Medeiros, Jorge Zahar Ed: Rio de Janeiro, 2007, p. 86-7.
15. Bauman Z. *Life for consumption: the transformation of people into commodities (Vida para consumo: a transformação das pessoas em mercadorias)*, Translation by José Gradel, Jorge Zahar Ed: Rio de Janeiro, 2008, p. 8-17; 137.
16. Beck U. *Risky society: toward another modernity (Sociedade de risco: rumo a uma outra modernidade)*, Translation by Sebastião Nascimento, Ed 34: São Paulo, 2010, p.189-196.
17. Vygotsky LS. *The social formation of mind (A formação social da mente)*, Martins Fontes: São Paulo, 1984, p. 95-134.
18. Bakhtin MM. *Freudianism: a critical sketch (O freudismo: um esboço crítico)*, Ed Perspectiva: São Paulo, 2001, p.85-91.
19. Molina MC, López PM, Faria CP, Cadê NV, Zandonada E. Socioeconomic predictors of the quality of food for children (Preditores socioeconômicos da qualidade de alimentação de crianças). *Rev Saúde Pública* 2010; 44(5): 785-92.
20. Kameswararao AA, Bachu A. Survey of child diabetes and the impact of school level educational interventions in rural schools in Karimnagar district. *Int J Diabetes Dev Ctries* 2009; 29(2): 69-73.
21. Taras H, Gage M. Advertised foods on children's television. *Arch Pediatr Adolesc Med* 1995; 149(6): 29-37.
22. Castro TG, Novaes JF, Silva MR, Costa NM, Franceschini SC, Tinoco AL et al. Characterization of dietary intake, socio-economic status and nutritional status of preschool children in municipal day care centers (Caracterização do consumo alimentar, ambiente sócio-econômico e estado nutricional de pré-escolares de creches municipais). *Rev Nutr* 2005; 18(3): 321-30.
23. Dalla Nora NC. *Who comes, who goes: the politics of land distribution in Rio Grande do Sul – the case of Jeboticaba (Quem chega, quem sai: a política de distribuição de terras no Rio Grande do Sul – o caso de Jeboticaba)*, Ed UPF: Passo Fundo, 2006.
24. Medeiros CCM, Cardoso MAA, Pereira RAR, Alves GTA, Franca ISX et al. Nutritional status and habits of life in school children. *Journal of Human Growth and Development* 2011; 21(3):789-797.