

Nutrição e promoção da saúde:

Perspectivas atuais

Anne Karynne da Silva Barbosa
(Organizadora)



Nutrição e promoção da saúde:

Perspectivas atuais

Anne Karynne da Silva Barbosa
(Organizadora)



Editora chefe

Profª Drª Antonella Carvalho de Oliveira

Editora executiva

Natalia Oliveira

Assistente editorial

Flávia Roberta Barão

Bibliotecária

Janaina Ramos

Projeto gráfico

Bruno Oliveira

Camila Alves de Cremo

Daphynny Pamplona

Gabriel Motomu Teshima

Luiza Alves Batista

Natália Sandrini de Azevedo

Imagens da capa

iStock

Edição de arte

Luiza Alves Batista

2022 by Atena Editora

Copyright © Atena Editora

Copyright do texto © 2022 Os autores

Copyright da edição © 2022 Atena Editora

Direitos para esta edição cedidos à Atena Editora pelos autores.

Open access publication by Atena Editora



Todo o conteúdo deste livro está licenciado sob uma Licença de Atribuição *Creative Commons*. Atribuição-Não-Comercial-NãoDerivativos 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0).

O conteúdo dos artigos e seus dados em sua forma, correção e confiabilidade são de responsabilidade exclusiva dos autores, inclusive não representam necessariamente a posição oficial da Atena Editora. Permitido o *download* da obra e o compartilhamento desde que sejam atribuídos créditos aos autores, mas sem a possibilidade de alterá-la de nenhuma forma ou utilizá-la para fins comerciais.

Todos os manuscritos foram previamente submetidos à avaliação cega pelos pares, membros do Conselho Editorial desta Editora, tendo sido aprovados para a publicação com base em critérios de neutralidade e imparcialidade acadêmica.

A Atena Editora é comprometida em garantir a integridade editorial em todas as etapas do processo de publicação, evitando plágio, dados ou resultados fraudulentos e impedindo que interesses financeiros comprometam os padrões éticos da publicação. Situações suspeitas de má conduta científica serão investigadas sob o mais alto padrão de rigor acadêmico e ético.

Conselho Editorial**Ciências Biológicas e da Saúde**

Profª Drª Aline Silva da Fonte Santa Rosa de Oliveira – Hospital Federal de Bonsucesso

Profª Drª Ana Beatriz Duarte Vieira – Universidade de Brasília

Profª Drª Ana Paula Peron – Universidade Tecnológica Federal do Paraná

Prof. Dr. André Ribeiro da Silva – Universidade de Brasília

Profª Drª Anelise Levay Murari – Universidade Federal de Pelotas

Prof. Dr. Benedito Rodrigues da Silva Neto – Universidade Federal de Goiás



Prof. Dr. Cirêno de Almeida Barbosa – Universidade Federal de Ouro Preto
Prof^o Dr^a Daniela Reis Joaquim de Freitas – Universidade Federal do Piauí
Prof^o Dr^a Débora Luana Ribeiro Pessoa – Universidade Federal do Maranhão
Prof. Dr. Douglas Siqueira de Almeida Chaves – Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro
Prof. Dr. Edson da Silva – Universidade Federal dos Vales do Jequitinhonha e Mucuri
Prof^o Dr^a Elizabeth Cordeiro Fernandes – Faculdade Integrada Medicina
Prof^o Dr^a Eleuza Rodrigues Machado – Faculdade Anhanguera de Brasília
Prof^o Dr^a Elane Schwinden Prudêncio – Universidade Federal de Santa Catarina
Prof^o Dr^a Eysler Gonçalves Maia Brasil – Universidade da Integração Internacional da Lusofonia Afro-Brasileira
Prof. Dr. Ferlando Lima Santos – Universidade Federal do Recôncavo da Bahia
Prof^o Dr^a Fernanda Miguel de Andrade – Universidade Federal de Pernambuco
Prof. Dr. Fernando Mendes – Instituto Politécnico de Coimbra – Escola Superior de Saúde de Coimbra
Prof^o Dr^a Gabriela Vieira do Amaral – Universidade de Vassouras
Prof. Dr. Gianfábio Pimentel Franco – Universidade Federal de Santa Maria
Prof. Dr. Helio Franklin Rodrigues de Almeida – Universidade Federal de Rondônia
Prof^o Dr^a Iara Lúcia Tescarollo – Universidade São Francisco
Prof. Dr. Igor Luiz Vieira de Lima Santos – Universidade Federal de Campina Grande
Prof. Dr. Jefferson Thiago Souza – Universidade Estadual do Ceará
Prof. Dr. Jesus Rodrigues Lemos – Universidade Federal do Piauí
Prof. Dr. Jônatas de França Barros – Universidade Federal do Rio Grande do Norte
Prof. Dr. José Aderval Aragão – Universidade Federal de Sergipe
Prof. Dr. José Max Barbosa de Oliveira Junior – Universidade Federal do Oeste do Pará
Prof^o Dr^a Juliana Santana de Curcio – Universidade Federal de Goiás
Prof^o Dr^a Lívia do Carmo Silva – Universidade Federal de Goiás
Prof. Dr. Luís Paulo Souza e Souza – Universidade Federal do Amazonas
Prof^o Dr^a Magnólia de Araújo Campos – Universidade Federal de Campina Grande
Prof. Dr. Marcus Fernando da Silva Praxedes – Universidade Federal do Recôncavo da Bahia
Prof^o Dr^a Maria Tatiane Gonçalves Sá – Universidade do Estado do Pará
Prof. Dr. Maurilio Antonio Varavallo – Universidade Federal do Tocantins
Prof^o Dr^a Mylena Andréa Oliveira Torres – Universidade Ceuma
Prof^o Dr^a Natiéli Piovesan – Instituto Federaci do Rio Grande do Norte
Prof. Dr. Paulo Inada – Universidade Estadual de Maringá
Prof. Dr. Rafael Henrique Silva – Hospital Universitário da Universidade Federal da Grande Dourados
Prof^o Dr^a Regiane Luz Carvalho – Centro Universitário das Faculdades Associadas de Ensino
Prof^o Dr^a Renata Mendes de Freitas – Universidade Federal de Juiz de Fora
Prof^o Dr^a Sheyla Mara Silva de Oliveira – Universidade do Estado do Pará
Prof^o Dr^a Suely Lopes de Azevedo – Universidade Federal Fluminense
Prof^o Dr^a Vanessa da Fontoura Custódio Monteiro – Universidade do Vale do Sapucaí
Prof^o Dr^a Vanessa Lima Gonçalves – Universidade Estadual de Ponta Grossa
Prof^o Dr^a Vanessa Bordin Viera – Universidade Federal de Campina Grande
Prof^o Dr^a Welma Emidio da Silva – Universidade Federal Rural de Pernambuco



Nutrição e promoção da saúde: perspectivas atuais

Diagramação: Bruno Oliveira
Correção: Yaiddy Paola Martinez
Indexação: Amanda Kelly da Costa Veiga
Revisão: Os autores
Organizadora: Anne Karynne da Silva Barbosa

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)

N976 Nutrição e promoção da saúde: perspectivas atuais / Organizadora Anne Karynne da Silva Barbosa. – Ponta Grossa - PR: Atena, 2022.

Formato: PDF

Requisitos de sistema: Adobe Acrobat Reader

Modo de acesso: World Wide Web

Inclui bibliografia

ISBN 978-65-258-0032-5

DOI: <https://doi.org/10.22533/at.ed.325220704>

1. Nutrição. I. Barbosa, Anne Karynne da Silva (Organizadora). II. Título.

CDD 613.2

Elaborado por Bibliotecária Janaina Ramos – CRB-8/9166

Atena Editora
Ponta Grossa – Paraná – Brasil
Telefone: +55 (42) 3323-5493
www.atenaeditora.com.br
contato@atenaeditora.com.br



Atena
Editora
Ano 2022

DECLARAÇÃO DOS AUTORES

Os autores desta obra: 1. Atestam não possuir qualquer interesse comercial que constitua um conflito de interesses em relação ao artigo científico publicado; 2. Declaram que participaram ativamente da construção dos respectivos manuscritos, preferencialmente na: a) Concepção do estudo, e/ou aquisição de dados, e/ou análise e interpretação de dados; b) Elaboração do artigo ou revisão com vistas a tornar o material intelectualmente relevante; c) Aprovação final do manuscrito para submissão.; 3. Certificam que os artigos científicos publicados estão completamente isentos de dados e/ou resultados fraudulentos; 4. Confirmam a citação e a referência correta de todos os dados e de interpretações de dados de outras pesquisas; 5. Reconhecem terem informado todas as fontes de financiamento recebidas para a consecução da pesquisa; 6. Autorizam a edição da obra, que incluem os registros de ficha catalográfica, ISBN, DOI e demais indexadores, projeto visual e criação de capa, diagramação de miolo, assim como lançamento e divulgação da mesma conforme critérios da Atena Editora.



DECLARAÇÃO DA EDITORA

A Atena Editora declara, para os devidos fins de direito, que: 1. A presente publicação constitui apenas transferência temporária dos direitos autorais, direito sobre a publicação, inclusive não constitui responsabilidade solidária na criação dos manuscritos publicados, nos termos previstos na Lei sobre direitos autorais (Lei 9610/98), no art. 184 do Código Penal e no art. 927 do Código Civil; 2. Autoriza e incentiva os autores a assinarem contratos com repositórios institucionais, com fins exclusivos de divulgação da obra, desde que com o devido reconhecimento de autoria e edição e sem qualquer finalidade comercial; 3. Todos os e-book são *open access*, *desta forma* não os comercializa em seu site, sites parceiros, plataformas de *e-commerce*, ou qualquer outro meio virtual ou físico, portanto, está isenta de repasses de direitos autorais aos autores; 4. Todos os membros do conselho editorial são doutores e vinculados a instituições de ensino superior públicas, conforme recomendação da CAPES para obtenção do Qualis livro; 5. Não cede, comercializa ou autoriza a utilização dos nomes e e-mails dos autores, bem como nenhum outro dado dos mesmos, para qualquer finalidade que não o escopo da divulgação desta obra.



APRESENTAÇÃO

A coleção “Nutrição e Promoção da Saúde: perspectivas atuais” é um conjunto que possui principal objetivo de incorporar pesquisas resultantes de trabalhos em diversas áreas que integram a Nutrição. Esse volume aborda de forma interdisciplinar com artigos, pesquisas, relatos de experiência e/ou revisões da literatura.

A principal característica desse volume, foi partilhar de forma simples e clara os trabalhos desenvolvidos em diversas instituições de ensino e pesquisa de graduação e pós-graduação do país. Nestes artigos que foram selecionados a partir de revisão, a linha basal foi o aspecto relacionado com as diversas áreas que compõe nutrição e suas áreas correlatas.

Temas considerados relevantes sobre a área de nutrição e da saúde são partilhados aqui com o intuito de contribuir com o conhecimento de alunos, promover a troca de experiências de docentes entre as diversas instituições e aumentar o aprendizado de todos aqueles que se interessam pela saúde e pela pesquisa na área de nutrição. Visto que, esse volume traz pesquisas atuais, com muitas temáticas que irão apoiar a prática clínica de profissionais nutricionistas e os da área da saúde em geral.

Portanto, aqui se traz o resultado de inúmeros trabalhos, fundamentados em parte na teoria e parte na prática, produzidos e compartilhados por professores e alunos. Sabe-se a importância de uma divulgação adequada da literatura científica, por isso a melhor escolha foi a Atena Editora, posto que possui uma plataforma didática e relevante para todos os pesquisadores que queiram compartilhar os resultados de seus estudos.

Boa leitura!

Anne Karynne da Silva Barbosa

SUMÁRIO

CAPÍTULO 1..... 1

PREVALÊNCIA DE FATORES DE RISCO ASSOCIADOS AO EXCESSO DE PESO E HIPERTENSÃO EM ADOLESCENTES

Jalila Andréa Sampaio Bittencourt
Allan Kardec Duailibe Barros Filho
Ewaldo Eder Carvalho Santana
Carlos Magno Sousa Junior
Ariadina Jansen Campos Fontes
Naruna Aritana Costa Melo
Anne Karynne da Silva Barbosa
Daniele Gomes Cassias Rodrigues
Yuri Armin Crispim de Moraes
Nilviane Pires Silva Sousa

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.3252207041>

CAPÍTULO 2..... 13

A IMPORTÂNCIA DA EDUCAÇÃO ALIMENTAR E NUTRICIONAL (EAN) NO ÂMBITO ESCOLAR

Dayane de Melo Barros
Juliane Suelen Silva dos Santos
Fábio Henrique Portella Corrêa de Oliveira
Danielle Feijó de Moura
Tamiris Alves Rocha
José Hélio Luna da Silva
Talismania da Silva Lira Barbosa
Cléidiane Clemente de Melo
Marllyn Marques da Silva
Maurilia Palmeira da Costa
Marcelino Alberto Diniz
Taciane Paulina da Silva
Estefany Karolayne dos Santos Machado
Gisele Barbosa de Aguiar
Jéssica Gonzaga Pereira
Jessica Carvalho Veras
Roseane Ferreira da Silva
Everson Rafael Alves Bandeira
Amanda Nayane da Silva Ribeiro

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.3252207042>

CAPÍTULO 3..... 21

A IMPORTÂNCIA DA IMUNONUTRIÇÃO COMO TERAPIA NUTRICIONAL EM PACIENTES ONCOLÓGICOS

Marcella Lourenço Winter
Isabela Motta Monteiro Lommez
Lívia Aquino Daher

Marly de Cássia Nascimento

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.3252207043>

CAPÍTULO 4..... 25

ANÁLISE DA COMPOSIÇÃO NUTRICIONAL DOS CARDÁPIOS OFERECIDOS PARA PACIENTES INTERNADOS EM UMA UNIDADE DE ALIMENTAÇÃO E NUTRIÇÃO HOSPITALAR PÚBLICA DO RIO DE JANEIRO/RJ

Caroline Brandão Andrade

Andreza Campos Ernesto

Heloísa Gomes de Souza

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.3252207044>

CAPÍTULO 5..... 30

CRIAÇÃO DE UM BOLO FUNCIONAL DE BANANA COM LINHAÇA

Stefanny Viana Dos Santos

Nátalia Adriane Da Silva Lindozo

Camilla Mércia Silva Teixeira

Janaina Da Silva Nascimento

Georgia Nicoli Souza De Oliveira

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.3252207045>

CAPÍTULO 6..... 38

DESENVOLVIMENTO DE CHARGE FIT COM MACA PERUANA

Juliana Oliveira de Souza

Brenda Pagliarini Sartori

Giordano Ballerini

Rochele Cassanta Rossi

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.3252207046>

CAPÍTULO 7..... 45

OBESIDADE E CIRURGIA BARIÁTRICA: UM RETRATO DO PERFIL NUTRICIONAL BRASILEIRO

Natalia Ferreira Batista

Tatiana Santiago

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.3252207047>

CAPÍTULO 8..... 53

GALACTOSEMIA EM CRIANÇAS E ADOLESCENTES: FATORES DE RISCO NUTRICIONAIS E IMPORTÂNCIA DA TERAPIA NUTRICIONAL EM CRIANÇAS E ADOLESCENTES

Beatriz Santos Assis

Giovana Souza Capito

Giovanna de Moraes Milani

Isabela Utrilha Branco

Júlia Gaspar Simone

Lilian da Paixão Esposito

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.3252207048>

CAPÍTULO 9.....57

NUTRIÇÃO E SEVERIDADE COVID-19

Giulia Goldflus Spallicci
Camila Cruz de Almeida
Melissa Martins Barnes
Tatiana Gaj Smaletz
Marcus Vinícius Lúcio Dos Santos Quaresma

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.3252207049>

CAPÍTULO 10.....59

O CONHECIMENTO DE PROFISSIONAIS DE SAÚDE E USUÁRIOS DA ESTRATÉGIA SAÚDE DA FAMÍLIA SOBRE O NOVO GUIA ALIMENTAR PARA A POPULAÇÃO BRASILEIRA

Ana Thaís Alves Lima
Lisidna Almeida Cabral

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.32522070410>

CAPÍTULO 11.....69

O PAPEL DO MARKETING NAS ESCOLHAS ALIMENTARES

Ana Paula Silva Siqueira
Danielle Godinho de Araújo Perfeito
Maria das Graças Freitas de Carvalho
Fabiola Rainato Gabriel de Melo

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.32522070411>

CAPÍTULO 12.....73

OS PROBLEMAS DAS DIETAS QUE SÃO TENDÊNCIAS DA MODA

Aylla Ferreira Custódio
Isadora Bezerra Leão
Marcia Samia Pinheiro Fidelix

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.32522070412>

CAPÍTULO 13.....85

PANORAMA DA PRODUÇÃO CIENTÍFICA SOBRE NUTRIÇÃO E EMPREENDEDORISMO: UM ESTUDO BIBLIOMÉTRICO

Maria de Fátima Ferreira Nunes
Tonicley Alexandre da Silva

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.32522070413>

CAPÍTULO 14.....95

PERFIL EPIDEMIOLÓGICO DE UMA MICROÁREA PERTENCENTE A UMA UNIDADE BÁSICA DE SAÚDE DO BAIRRO DO MATADOURO NO MUNICÍPIO DE VITÓRIA DE SANTO ANTÃO

Stefanny Viana Dos Santos

Nátalia Adriane Da Silva Lindozo
Georgia Nicoli Souza De Oliveira
Janaina Da Silva Nascimento
Camilla Mércia Silva Teixeira

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.32522070414>

CAPÍTULO 15..... 101

**POTENTIAL FOR THE TREATMENT OF CANCER FROM AGRO-INDUSTRIAL RESIDUES
- A REVIEW**

Angela Cristina dos Santos Oliveira
Eloisa Backes da Silveira
Júlia Ribeiro de Souza
Valmor Ziegler

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.32522070415>

SOBRE A ORGANIZADORA..... 114

ÍNDICE REMISSIVO..... 115

CAPÍTULO 11

O PAPEL DO MARKETING NAS ESCOLHAS ALIMENTARES

Data de aceite: 01/03/2022

Ana Paula Silva Siqueira

Academia de Nutrição
Claretiano Centro Universitário

Danielle Godinho de Araújo Perfeito

Academia de Nutrição
Claretiano Centro Universitário

Maria das Graças Freitas de Carvalho

Mestre em Nutrição e Saúde
Supervisora de estágio em Nutrição
Claretiano Centro Universitário

Fabiola Rainato Gabriel de Melo

Doutora em Investigação Biomédica
Coordenadora do curso de Nutrição
Claretiano Centro Universitário

RESUMO: O comportamento alimentar é definido como um conjunto de cognições e sentimentos que determinam as escolhas alimentares. Por sua vez, o conjunto dessas escolhas determinam o padrão de consumo alimentar e são influenciadas por fatores biológicos, socioculturais e psicológicos, bem como pela interação entre eles. Sabe-se que o marketing alimentar, enquanto estratégia de potencialização de vendas e estímulo de compra, pode influenciar a aquisição e conseqüentemente o consumo de alimentos mais ou menos saudáveis no ambiente alimentar. Nesse contexto, o presente capítulo tem como objetivo refletir sobre as influências do marketing direcionado aos alimentos no comportamento alimentar dos indivíduos. O

marketing de alimentos é majoritariamente direcionado para a promoção do consumo de alimentos industrializados e ultraprocessados. Esses alimentos são ricos em açúcar, sódio e gordura e estão relacionados com doenças crônicas não transmissíveis e excesso de peso. As estratégias de marketing nesse cenário estão cada vez mais incisivas, estão presentes na ampla gama de meios de comunicação e chegam cada vez mais cedo entre as crianças, já estimulando a inserção desses alimentos na formação dos hábitos alimentares. Dessa forma, são necessários mecanismos de fiscalização, controle e regulação sobre o marketing na área de alimentos, visando a proteção e promoção da saúde.

PALAVRAS-CHAVE: Comportamento Alimentar, Marketing, Ingestão de Alimentos

ABSTRACT: Feeding Behavior is defined as a set of cognitions and feelings that determine food choices. In turn, the set of these choices determines the pattern of food consumption and is influenced by biological, sociocultural and psychological factors, as well as by the interaction between them. It is known that food marketing, as a strategy to increase sales and encourage purchases, can influence the acquisition and, consequently, the consumption of more or less healthy foods in the food environment. In this context, this chapter aims to reflect on the influences of food-oriented marketing on individuals' feeding behavior. Food marketing is mostly aimed at promoting the consumption of industrialized and ultra-processed foods. These foods are high in sugar, sodium and fat and are

linked to chronic non-communicable diseases and being overweight. Marketing strategies in this scenario are increasingly incisive, are present in the wide range of media and arrive earlier and earlier among children, already encouraging the inclusion of these foods in the formation of feeding habits. Thus, mechanisms for inspection, control and regulation of marketing in the food area are needed, with a view to protecting and promoting health.

KEYWORDS: Feeding Behavior, Marketing, Eating.

A escolha dos alimentos que compõem a dieta dos indivíduos é resultante de um processo complexo e multifatorial. Logo, não depende apenas da capacidade particular do indivíduo de governar sua própria vida, mas sofre influência de outros fatores que se relacionam com o meio em que estes estão inseridos, tais como acessibilidade (disponibilidade e poder de compra), papel social, cultural, *tabus* e necessidades, fase do ciclo da vida e o acesso a informação (BRAGG et al., 2017).

Nesse sentido, o marketing das indústrias de alimentos é também um fator a ser considerado no processo de escolha alimentar pois influencia o comportamento dos consumidores. Este último, ocupa lugar de destaque dentre os fatores supracitados e foi abordado em estudos científicos atuais que tratam do estado nutricional e comportamento alimentar de grupos mais vulneráveis como crianças e adolescentes, ou em situações que envolvem patrocínios esportivos e ainda com desfechos relativos a obesidade (SMITH et al., 2019; BRAGG et al., 2017; CHANDON; WANSINK, 2017).

Dos quatro pilares do marketing (Produto, Preço, Distribuição e Promoção), a publicidade e a propaganda constituem uma das ferramentas da promoção do produto. A promoção possibilita ao consumidor conhecer um produto, associá-lo a algum benefício ou valor, para que se efetue a aquisição do mesmo. Dessa forma, a indústria alimentícia apresenta potencial significativo para ações de marketing visto que, o alimento pode nutrir e pode satisfazer a desejos do consumidor. É importante ponderar que essa última abordagem parece ser a mais praticada, uma vez que, segundo Moura et al.(2010) os produtos mais anunciados pela indústria de alimentos são aqueles ricos em gordura e açúcar, que se enquadram na categoria de processados e/ou ultraprocessados pois estão relacionados a praticidade e maior palatabilidade.

A promoção dos alimentos pode ser veiculada por meio de diferentes meios como: revistas, cartazes, painéis luminosos, catálogos, vitrines, rádio, televisão, cinema, internet, embalagens e informações contidas em seus rótulos. Atualmente, o avanço das mídias digitais na rotina dos indivíduos parece influenciar sobremaneira o comportamento alimentar (CHANDON; WANSINK, 2017).

Rounsefell et al. (2020) relataram que jovens e adultos têm ciência desse impacto das mídias em suas escolhas alimentares, porém concluíram que a busca por esta validação externa sobre o comportamento e até mesmo sobre seus corpos é constante na sociedade. Wilksch et al. (2020) também relataram em seu estudo que há um padrão claro

de associação entre o uso de mídias sociais (Facebook, Instagram, Snapchat) e desordens alimentares.

De modo geral, adultos, com maior nível de escolaridade e renda, parecem estar mais aptos a determinar apropriadamente os produtos alimentícios mais adequados para o seu consumo, mesmo não estando isentos completamente da influência das mídias. Por outro lado, a população de baixa escolaridade e renda, crianças e adolescentes parecem ser consumidores mais vulneráveis às mídias sociais, o que pode influenciar negativamente suas escolhas alimentares (SARTORI, 2013).

Cabe destacar que as medidas de contenção da pandemia causada pelo vírus SARS-COV2, alterou o modo de viver da população. Ao preconizar o isolamento social, teve como consequência a intensa exposição de indivíduos às mídias digitais, que, desencorajados a sair de casa, ficaram mais expostos a esses acessos. O marketing da indústria de alimentos aproveitou o momento para estimular o consumo dos alimentos ultraprocessados (altamente palatáveis) e bebidas alcoólicas com uma mensagem associada de companheirismo, solidariedade e empatia pelo estímulo a “ficar em casa” (HORTA, 2021).

A partir do exposto, entendemos que apesar de útil e importante, o marketing de alimentos pode exercer influência negativa no comportamento alimentar de indivíduos. Para evitar que isso ocorra, listamos o que consideramos pontos de controle do processo como: monitorar as dimensões do ambiente alimentar digital; conduzir pesquisas referente à esse contexto e discutir estratégias regulatórias que garantam um espaço digital mais saudável para os indivíduos.

Destacamos, entre essas ações, a importância das informações nutricionais contidas nos rótulos como fundamentais no processo de avaliação e seleção de produtos para compra, e sobretudo que os consumidores tenham acesso a informação. Cabe, portanto, enfatizar uma estratégia do governo brasileiro aprovada em outubro de 2020, visando estimular seleções alimentares mais saudáveis.

A resolução RDC 429/2020 tratam da nova rotulagem nutricional de alimentos embalados, que, ao entrar em vigo, tornará mais clara e legível as informações nutricionais presentes no rótulo dos alimentos. A maior inovação da norma, é a inserção de um símbolo informativo, com design de lupa, na parte da frontal do produto para sinalizar o alto teor de três nutrientes principais: açúcares adicionados, gorduras saturadas e sódio (BRASIL, 2020).

É importante salientar que mais ações governamentais regulatórias são necessárias porém devem estar vinculadas a estratégias de Educação Alimentar e Nutricional, que devem ser promovidas por nutricionistas e equipes multidisciplinares da área da saúde, com vistas a modificação no cenário alimentar e nutricional da população brasileira, estimulando a alimentação e adequada em todas as fases do ciclo da vida.

REFERÊNCIAS

BRASIL. Ministério da saúde. Secretaria de atenção à saúde. Departamento de atenção Básica. **Guia alimentar para a população brasileira** – 2. ed. – Brasília: DF, 2014. 156 p.

BRASIL. Ministério da saúde. Agência Nacional de Vigilância Sanitária. **RDC 429 de 08 de outubro de 2020. Dispõe sobre a rotulagem nutricional dos alimentos embalados.** Disponível em: http://antigo.anvisa.gov.br/documents/10181/3882585/RDC_429_2020_.pdf/9dc15f3a-db4c-4d3f-90d8-ef4b80537380. Acesso em 20 out. 2021.

HORTA, P.M. **Ambiente alimentar digital e a pandemia de covid-19 no Brasil: um estímulo ao consumo de alimentos ultraprocessados.** Disponível em: <https://pp.nexojournal.com.br/opinia0/2021/Ambiente-alimentar-digital-e-a-pandemia-de-covid-19-no-Brasil-um-est%C3%ADmulo-ao-consumo-de-alimentos-ultraprocessados>. Acesso em 13 out 2021.

MOURA, N. C. Influência da mídia no comportamento alimentar de crianças e adolescentes. **Revista Segurança Alimentar e Nutricional**, Campinas, n. 17, v. 1, p. 113-122, 2010.

ROUNSEFELL K, GIBSON S, MCLEAN S, BLAIR M, MOLENAAR A, BRENNAN L, TRUBY H, MCCAFFREY TA. Social media, body image and food choices in healthy young adults: A mixed methods systematic review. **Journal of Human Nutrition and Dietetics**, New York, n. 77, v. 1, p. 19-40, 2020.

SARTORI, A. G. O. A influência do marketing aplicado à indústria de alimentos sobre o estado nutricional e o comportamento alimentar no Brasil: uma revisão. **Revista Segurança Alimentar e Nutricional**, Campinas, n. 20, v. 2, p. 309-319, 2013.

VIALTA, A. et. al. Federação das Indústrias do Estado de São Paulo e Instituto de Tecnologia de Alimentos. **Brasil Food Trends 2020**. São Paulo: Itai 2010. 173p.

WILKSCH SM, O'SHEA A, HO P, BYRNE S, WADE TD. The relationship between social media use and disordered eating in young adolescents. **International Journal of Eating Disorders**, New York, n. 53, v. 1, p. 96-106, 2020.

ÍNDICE REMISSIVO

A

Adolescente 1, 4, 52, 55

Agravos 85, 94, 96

Alimentação Hospitalar 25

Alimentação saudável 14, 19, 30, 35, 47, 49, 58, 59, 60, 61, 64, 65, 66, 67, 82

Alimento funcional 29, 37, 42

Análise quantitativa 25

Antitumor 100, 101, 102, 104, 105, 106, 107, 108, 109

C

Cirurgia bariátrica 44, 46, 47, 49, 50, 51

Citotóxico 101

Comportamento alimentar 69, 70, 71, 85

Covid-19 56, 57, 71, 113

Criança 10, 11, 26, 27, 52, 55

D

Dieta 22, 27, 49, 50, 52, 54, 56, 60, 69, 72, 73, 74, 75, 76, 77, 78, 79, 80, 81, 82, 95

Dieta da Moda 72, 73, 74, 77, 78, 79, 82

Doenças cardiovasculares 30, 31, 59, 72, 73, 82, 98

E

Empreendedorismo 84, 85, 86, 87, 88, 89, 90, 91, 92, 93

Epidemiologia 66, 94, 95, 99

Estratégia saúde da família 58, 59, 60, 66, 95

G

Galactose 52, 53, 54

Guias alimentares 58, 59, 60, 66

H

Hábitos alimentares 15, 19, 37, 44, 45, 46, 49, 50, 60, 73, 80, 81, 82

Hipertensão arterial 1, 2, 3, 4, 8, 9, 10, 11, 28, 98

I

Imunonutrição 21, 22, 23, 24

Ingestão de Alimentos 51

Instituição de ensino 14, 19

L

Lepidium meyenii 37, 38, 43

M

Maca peruana 37, 38, 39, 40, 41, 42

Marketing 69, 70, 71

N

Negócios 84, 86, 87, 90, 92

Neoplasias 21

Nutrição 1, 13, 14, 15, 18, 19, 20, 25, 26, 27, 28, 29, 32, 33, 34, 36, 40, 44, 45, 46, 50, 51, 56, 57, 58, 60, 63, 64, 65, 66, 68, 74, 77, 84, 85, 86, 87, 88, 89, 90, 91, 92, 93, 94, 95, 113

Nutricionista 27, 54, 59, 66, 84, 85, 86, 87, 89, 90, 92, 93

O

Obesidade 1, 2, 3, 8, 10, 15, 18, 19, 20, 42, 44, 45, 46, 47, 49, 50, 51, 59, 69, 73

Oncologia 21, 22, 24

P

Planejamento de cardápios 25

População 1, 2, 3, 4, 15, 28, 44, 45, 46, 47, 49, 50, 58, 59, 60, 63, 64, 65, 66, 70, 71, 94, 95, 96, 97, 98, 111

Práticas alimentares 14, 19, 60, 65

Prevenção 1, 18, 19, 20, 21, 24, 28, 29, 30, 35, 39, 40, 44, 46, 50, 54, 81, 85, 95

Problemas 2, 26, 46, 63, 64, 72, 73, 74, 76, 94, 96, 99

Promoção da saúde 1, 14, 16, 17, 19, 29, 34, 58, 93

Q

Qualidade de vida 9, 21, 23, 30, 35, 37, 42, 65, 85, 94

R

Resíduos sólidos 101, 109, 111

Revisão integrativa 14, 15, 17, 18, 19, 20

S

Saúde 1, 2, 3, 5, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16, 17, 19, 20, 24, 26, 27, 28, 29, 30, 33, 34,

35, 37, 39, 40, 44, 45, 46, 47, 49, 50, 51, 55, 58, 59, 60, 61, 62, 63, 64, 65, 66, 67, 68, 70, 71, 72, 73, 74, 75, 76, 78, 79, 80, 81, 82, 84, 85, 89, 90, 92, 93, 94, 95, 96, 98, 99, 100, 113

Sobrepeso 1, 10, 59, 73, 77, 78, 80

T

Tendências 36, 72, 73

Tratamento oncológico 21, 22

V

Valor energético 25, 27, 28

Nutrição e promoção da saúde:

Perspectivas atuais

- 🌐 www.atenaeditora.com.br
- ✉ contato@atenaeditora.com.br
- 📷 @atenaeditora
- 📘 www.facebook.com/atenaeditora.com.br



Nutrição e promoção da saúde:

Perspectivas atuais

- 🌐 www.atenaeditora.com.br
- ✉ contato@atenaeditora.com.br
- 📷 @atenaeditora
- 📘 www.facebook.com/atenaeditora.com.br

