

AVALIAÇÃO DA INFLUÊNCIA DE PERSONAGENS INFANTIS EM EMBALAGENS DE ALIMENTOS NO CONSUMO ALIMENTAR DE PRÉ-ESCOLARES (APOIO UNIP)

Aluna: Luana Thais de Lima Sales

Orientadora: Profa. Christina Montuori

Curso: Nutrição

Campus: Tatuapé

Observa-se que o consumo de alimentos industrializados, mesmo que não recomendado, inicia-se já nos primeiros anos de vida, como biscoitos recheados, salgadinhos “de pacote”, refrigerantes e macarrão instantâneo, considerados nutricionalmente desbalanceados, devido aos ingredientes que os compõem. A utilização de personagens infantis conhecidos pelas crianças nesses alimentos proporciona personalidade aos produtos e representa proximidade e assimilação com seus heróis preferidos, influenciando a fidelização à marca. Graças à sua palatabilidade e praticidade, tais alimentos tendem a ser consumidos em excesso e substituir alimentos *in natura* e minimamente processados, resultando no consumo excessivo de calorias, aspecto que tem sido descrito como fator de risco para o aumento da prevalência de obesidade. Tratou-se, portanto, de um estudo transversal, com uma amostra de 25 crianças de 3 a 4 anos de idade, que analisou a influência de personagens infantis nas embalagens. Para tanto, uma degustação de dois pares de alimentos foi elaborada, sendo um do tipo ultraprocessado (*cookie* de chocolate) e outro minimamente processado (*cookie* de banana), com a fixação de um personagem infantil em uma das embalagens de ambos os pares de alimentos. As crianças disseram qual dos dois escolheriam para lanche e quanto gostaram de cada um deles. Os resultados demonstraram que aqueles de banana, minimamente processados (n=22), seguidos de chocolate, ultraprocessados (n=21), ambos com personagens infantis nas embalagens, obtiveram aceite acima de 83%, parecendo influenciar as escolhas das

crianças. O uso da escala hedônica talvez tenha sido fator limitante de interpretação deles.