



INFLUÊNCIA DA PUBLICIDADE NA ALIMENTAÇÃO DE ESCOLARES E SUA RELAÇÃO COM O EXCESSO DE PESO

CALINE ALVES DE OLIVEIRA; ANA BEATRIZ DE CASTRO GOMES LACERDA;
EMERSON IAGO GARCIA E SILVA; LORENA BARBOSA DE SOUZA; SUZANNE
FERREIRA LOPES

Introdução: O poderoso impacto da publicidade sobre as crianças é evidenciado por a enorme vulnerabilidade desse público. As mídias são os meios de comunicação mais usados para entretenimento e também para aprendizado. Diante das telas as crianças são constantemente abordadas com propostas de consumo. Os anúncios alimentícios têm colaborado para um ambiente obesogênico enaltecendo alimentos de baixo valor nutricional e alta densidade calórica, dificultando escolhas alimentares saudáveis. Diante disso é crescente o número de sobrepeso e obesidade no público infanto-juvenil nas últimas décadas. A associação entre o tempo diante às telas e a obesidade deve-se à redução do tempo gasto na prática de atividade física ao aumento do consumo de ultraprocessados e ao acesso a conteúdo de propagandas que podem impactar de forma negativa nas escolhas alimentares. **Objetivos:** Verificar a utilização da publicidade de alimentos sob a influência nas escolhas alimentares do público infantil e as taxas de crescimento da obesidade nesta faixa etária, analisando as principais estratégias de anúncio de seus produtos. **Metodologia:** Para apresentar os dados, foi realizada uma pesquisa bibliográfica, utilizando as bases de dados eletrônicas Scielo e Google acadêmico para busca de estudos dos últimos dez anos (2012 - 2022), utilizando os seguintes descritores comportamento alimentar, obesidade pediátrica, publicidade de alimentos, sendo excluídos os que não apresentavam relevância com o tema, fora dos anos de pesquisa, e abordagens bibliográficas. **Resultados:** Com esta pesquisa, foi possível verificar que embora haja uma variedade de publicidades televisivas que podem ser potencialmente prejudiciais à saúde, percebe-se que há poucos anúncios de promoção à saúde que incentivem a alimentação saudável. Observa-se um grande número de publicidades que envolvem personagens e contextos infantis, que deturpam as mensagens á cerca hábitos alimentares saudáveis. **Conclusão:** Assim, pode-se concluir que reverter essa situação é importante, e o controle das estratégias e práticas publicitárias é essencial para conter a incidência de obesidade e outras doenças de escala global, evidenciando também a relevância do papel do nutricionista na educação alimentar das crianças, mas também do seus pais e da escola, na formação de bons hábitos alimentares.

Palavras-chave: Hábitos alimentares, Obesidade infantil, Mídia audiovisual, Propaganda, Fome oculta.