**INFLUÊNCIA DA PUBLICIDADE NA ALIMENTAÇÃO INFANTIL.**

Silva, Rainnymarie Beatriz Silva¹

Gomes, Lucas Emanoel Costa2

Lopes, Andreza Laisa Menezes3

Marquês, Shirley Pascoal dos Reis4

Santos, Gabriela Cicalise de Souza5

**RESUMO:** Introdução: É indiscutível quão grande é a importância dos hábitos alimentares de cada pessoa, isso influencia em toda sua vida, é refletido não somente na sua imagem corporal. Vários fatores interferem nesse processo, como questões genéticas, fatores hereditários, socioeconômicos, ambiente que o indivíduo frequenta e até mesmo influência da mídia através de comerciais e desenhos. Objetivos: O objetivo deste trabalho é apresentar de forma clara como a mídia pode influenciar no padrão alimentar de crianças. Métodos ou metodologia: O presente estudo trata-se de uma Revisão Integrativa da Literatura (RIL) de abordagem qualitativa, com busca nas bases de dados PubMed, Scietific Eletronic Library Online (SciELO) e Biblioteca Virtual em Saúde (BVS). A pesquisa foi realizada no mês de março de 2023 e teve como critérios de inclusão artigos dos últimos cinco anos, 2019 a 2023, nos idiomas inglês, espanhol e português. Resultados: Portanto, nota-se que a capacidade da mídia de influenciar os desejos de crianças e adolescentes os prejudica por contribuir para o desenvolvimento de um ambiente obesogênico a partir de muito cedo, o que contribui para o surgimento de DCNTs nesses indivíduos. Conclusão/Considerações Finais: A publicidade existente na mídia tem grande influência em escolhas alimentares durante a infância, já que esse público é mais vulnerável às estratégias de marketing apresentadas em propagandas. Além disso, como os hábitos alimentares são desenvolvidos na infância, as propagandas podem promover uma alimentação que favorece o desenvolvimento de Doenças Crônicas Não Transmissíveis (DCNTs). Sendo assim, infere-se que são necessárias medidas para a conscientização dos pais em relação à alimentação durante a infância e a criticidade em relação às informações apresentadas pelas estratégias de publicidade.

**Palavras-Chave:** Propaganda de Alimentos; Alimentação da Criança; Saúde da Criança.

**E-mail do autor principal:** [rainnyssilva@gmai.com](mailto:fulanodetal@exemplo.com)

\*O resumo expandido deve ter no mínimo 4 páginas e no máximo 6 páginas \*

¹Nutrição, UFPA, Belém-PA, rainnyssilva@gmail.com.

²Nutrição, UFPA, Belém-PA, lucasemaoelx@gmail.com.

3Nutrição, UFPA, Belém-PA, andrezalopesml@gmail.com.

4Nutrição, EZAMAS, Belém-PA, shirleypascoal@hotmail.com.

5Nutrição, UFPA, Belém-PA, gabricicalise@gmail.com.

**1. INTRODUÇÃO**

É indiscutível quão grande é a importância dos hábitos alimentares de cada pessoa, isso influencia em toda sua vida, é refletido não somente na sua imagem corporal, mas também na mente que é desenvolvida de acordo com sua alimentação. Por esse motivo os hábitos alimentares são de extrema importância para todo ser humano e principalmente para a criança que inicia a introdução alimentar (SILVA, F. G. M. et al. 2022)

Vários fatores interferem nesse processo, como questões genéticas, fatores hereditários, socioeconômicos, ambiente que o indivíduo frequenta e até mesmo influência da mídia através de comerciais e desenhos. Cada indivíduo desde criança também tem algumas preferências alimentares que com o passar dos anos são modificadas. A partir disso, entra a importância de toda família incentivar a criança a ter hábitos alimentares saudáveis. Não oferecendo a essas crianças produtos industrializados, embutidos, gorduras e açúcar e sim oferecendo alimentos ricos e saudáveis (FERREIRA, M. M. M. C. et al, 2021)

Atualmente se tem muitas informações desde cedo, tanto positiva quanto negativa, e os pais precisam estar atentos a essas informações que chegam aos seus filhos, observar como isso os tem influenciado, e alteram o próprio comportamento como indivíduo (ASSIS, et al, 2021)

De acordo com EMOND et al, 2015 há um estudo realizado nos Estados Unidos mostrou que crianças com menos de 12 anos assistem em média a 24 horas de televisão por semana e que esse meio de comunicação é o principal veículo na comercialização de alimentos para crianças. Portanto, percebe-se que a obesidade infantil tem aumentado assustadoramente nos últimos tempos e uma das causas importantes é o sedentarismo, resultado de horas despendidas diante da televisão (PRODANOV, S. A.; CIMADON, H. M. S. A, 2016)

Entretanto, cabe aos pais dedicar tempo de qualidade através de brincadeiras e conversas, realizando as refeições junto ao filho e mostrando a importância desse momento. O hábito de assistir televisão por horas faz com que as crianças e adolescentes adotem um padrão alimentar não saudável, pois são expostos a inúmeros comerciais e anúncios que influenciam nas suas escolhas alimentares, acarretando vários malefícios para essas crianças (ALVES, G. M.; CUNHA, T. C. O., 2020)

Diante disso, o objetivo deste trabalho é apresentar de forma clara como a mídia pode influenciar no padrão alimentar de crianças.

**2. MATERIAIS E MÉTODOS**

O presente estudo trata-se de uma Revisão Integrativa da Literatura (RIL) de abordagem qualitativa, com busca nas bases de dados PubMed, *Scietific Eletronic Library Online* (SciELO) e Biblioteca Virtual em Saúde (BVS). Foram utilizados os termos "publicidade infantil", "alimentação da criança" e "influência da mídia" juntamente com o operador booleano *and* na busca de artigos para a produção do trabalho, obtendo-se diversos resultados nas respectivas bases de dados. A pesquisa foi realizada no mês de março de 2023 e teve como critérios de inclusão artigos dos últimos sete anos, 2016 a 2022, nos idiomas inglês, espanhol e português. Foram considerados critérios de exclusão artigos que não se relacionavam com a temática, artigos duplicados, fora do período citado e com idioma divergente dos citados anteriormente. Primeiramente foram analisados os títulos que mais se relacionavam à temática do trabalho e após a leitura dos resumos restaram 11 publicações para a produção do trabalho. As palavras chaves foram escolhidas de acordo com sua presença nos Descritores em Ciências da Saúde (DeCS).

**3. RESULTADOS E DISCUSSÃO**

Padrões de alimentação para a sociedade podem ser estabelecidos pela mídia, tendo em consideração seu grande alcance e influência, (DANTAS, R. R. et al. 2023) ademais é comum que crianças e adolescentes sejam a parte da população mais influenciável por comerciais de produtos alimentícios, ainda mais quando a propaganda em si tem a participação de um personagem ou ator querido (CECCATTO, D. et. al 2023).

A mídia e as redes sociais não são as únicas envolvidas na publicidade de alimentos ultraprocessados, existem diversas estratégias mercadológicas no design das embalagens, como personagens, cores agradáveis, alegações de promoção à saúde (ALCANTARA, F. B. de et al. 2019) que atraem a atenção das crianças, moldam suas preferências alimentares e também afetam a decisão de compra dos responsáveis (GIMÉNEZ, A. et al. 2017).A maneira como a mídia afeta as escolhas de jovens consumidores deve ser considerada uma questão de saúde pública, (DANTAS, R. R. et al. 2023) tendo em vista que essas escolhas a longo prazo podem levar ao desenvolvimento de Doenças Crônicas Não Transmissíveis (DCNTs) (CECCATTO, D. et. al 2023).

A família é a principal responsável pelo comportamento alimentar da criança, fazendo uso da beneficência em escolher alimentos saudáveis e da não maleficência. Embora grande parte dos responsáveis das crianças não sejam influenciados pela propaganda, ela não pode ser ignorada, pois favorece o ambiente obesogênico (LEUNG, M. DO C. A et al. 2016).

Portanto, nota-se que a capacidade da mídia de influenciar os desejos de crianças e adolescentes os prejudica por contribuir para o desenvolvimento de um ambiente obesogênico a partir de muito cedo, o que contribui para o surgimento de DCNTs nesses indivíduos, o que comprova a urgência do assunto e o fato de ser uma questão de saúde pública.

Outrossim, as preferências alimentares das crianças são passíveis de modificação e a família tem um grande papel na formação do comportamento alimentar delas, visto que os responsáveis são os primeiros educadores nutricionais. Mesmo com a influência da mídia e da propaganda, esse fator não deve ser ignorado, pois crianças não possuem conhecimento e experiências suficientes para a seleção de alimentos saudáveis.

**4. CONCLUSÃO/CONSIDERAÇÕES FINAIS**

Conclui-se, portanto, que a publicidade existente na mídia tem grande influência em escolhas alimentares durante a infância, já que esse público é mais vulnerável às estratégias de marketing apresentadas em propagandas. Além disso, como os hábitos alimentares são desenvolvidos na infância, as propagandas podem promover uma alimentação que favorece o desenvolvimento de Doenças Crônicas Não Transmissíveis (DCNTs), assim como o sobrepeso e a obesidade, o que pode prejudicar a longo prazo a saúde e qualidade de vida.

Sendo assim, infere-se que são necessárias medidas para a conscientização dos pais em relação à alimentação durante a infância e a criticidade em relação às informações apresentadas pelas estratégias de publicidade.

**REFERÊNCIAS**

ALCANTARA, F. B. et al. A Influência da mídia e publicidade na alimentação de escolares: o papel da educação alimentar. **Revista Eletrônica Acervo Saúde**, v. 11, n. 13, p. 1-10, 2019

ALVES, G. M.; CUNHA, T. C. O. A importância da alimentação saudável para o desenvolvimento humano. **Perspectivas Online: Humanas & Sociais Aplicadas**, v. 10, n. 27, p. 46-62, 2020

ASSIS, A. et al. **A influência da publicidade na alimentação infantil** (TCC). Centro Paula Souza, ETEC cidade Tiradentes, p. 63, 2021

CECCATTO, D. et. al. A Influência da Mídia no Consumo Alimentar Infantil: Uma Revisão da Literatura. **PERSPECTIVA**, v. 42, n. 157, p. 141-150 2018

DANTAS, R. R. et al. O Papel do Ambiente Obesogênico e dos Estilos de Vida Parentais no Comportamento Alimentar Infantil. **Revista Paulista de Pediatria**, v. 37, n. 3, p. 363-371, 2019

DELGADO, J. R. et al. Unhealthy food advertising. A position paper by the AEP Committee on Nutrition and Breastfeeding. **Anales de pediatría,** v. 97, p. 1-9, 2022

FERREIRA, M. M. M. C.; MATOS, Y. S.; CARVALHO, L. M. F. Evidências científicas sobre a influência da publicidade no desenvolvimento do hábito infantil. **Research, Society and Development**, v. 10, n. 15, 2021

GIMÉNEZ, A. et al.. Package design and nutritional profile of foods targeted at children in supermarkets in Montevideo, Uruguay. **Cadernos de Saúde Pública**, v. 33, n. 5, , 2017

LEUNG, M. C. A.; PASSADORE, M. D.; SILVA, S. M. C. S. Fatores que influenciam os responsáveis pela seleção dos alimentos para crianças da educação infantil: uma reflexão bioética num estudo exploratório. **Mundo saúde** (Impr.), p. 490–497, 2016

PRODANOV, S. A.; CIMADON, H. M. S. A influência da publicidade nos hábitos alimentares de crianças em idade escolar. **Conhecimento Online**, v. 1, n. 8, 2016

SILVA, F. G. M.; LEITE, S. C. S.; SILVA, K. A. A influência da publicidade na alimentação infantil: positiva ou negativa?. **Bioethics Archives, Management and Health**, v. 2, n. 1, p. 78-86, 2022