

## Trabalho apresentado no 15º CBCENF

**Título:** MÃE, COMPRA PRA MIM: A INFLUÊNCIA DA MÍDIA NO COMPORTAMENTO ALIMENTAR INFANTIL  
**Relatoria:** LÚCIA DE FATIMA RODRIGUES DE OLIVEIRA  
GABRIELE MARIA DANTAS DINIZ  
**Autores:** AVERLÂNDIO WALLYSSON SOARES DA COSTA  
CLÁUDIA ISABEL SILVA CARLOS  
TIAGO DINIZ GURGEL  
**Modalidade:** Pôster  
**Área:** Vulnerabilidade social  
**Tipo:** Pesquisa  
**Resumo:**

As transformações ocorridas na sociedade influenciadas pelo capitalismo, nos últimos tempos, têm levado a mudanças no estilo de vida das famílias brasileiras. A violência e a falta de tempo dos pais fazem com que as crianças passem muitas horas em frente à televisão e aos computadores, expostas às pressões publicitárias, em especial a das indústrias alimentícia, interferindo direta e indiretamente no processo saúde/doença, sendo esta exposição um dos fatores que explica o crescimento do índice de obesidade na infância. Objetivou-se com esse trabalho refletir sobre a influência que a mídia exerce nos hábitos alimentares infantis bem como o papel regulador do Estado na publicidade destinada a esse público. Trata-se de uma revisão de literatura. Para sua construção utilizou-se a base de dados Scielo e a Biblioteca Virtual de Saúde-BVS na localização de artigos referentes à temática, além da legislação brasileira referente a propagandas e dados estatísticos do IBGE. Visto a importância dada à mídia como meio de comunicação da sociedade moderna, o setor econômico utiliza-a para vender os mais variados produtos, inclusive, alimentícios. Deste modo, são veiculados diariamente textos publicitários de alimentos não saudáveis direcionados às crianças, geralmente associando brindes e brinquedos a alimentos de baixo teor nutricional. A exposição maciça aos meios de comunicação midiáticos influencia na construção de hábitos alimentares dessa clientela, contribuindo para o aumento de doenças crônicas nessa fase, tais como a obesidade infantil. A legislação que regula tais propagandas específicas às crianças é recente (aprovada dia 9 de julho de 2011) e deixa inúmeras lacunas na regulamentação da propaganda e publicidade de alimentos com quantidades elevadas de açúcar, gordura saturada, gordura trans e sódio, evidenciando a negligência do Estado no seu papel de regulador e supervisor no cuidado a saúde para esse público. A partir das referências analisadas, conclui-se que a exposição dos infantes às propagandas influencia na escolha alimentar destes, já que as crianças ainda se encontram em processo de formação de seu hábito alimentar e por ter menos capacidade para perceber o poder persuasivo da mídia publicitária, como foco no gênero alimentício, tornando-se, por conseguinte, mais vulneráveis. Cabe, portanto, ao Estado a responsabilidade de disponibilizar meios efetivos de fiscalização e restrição de produtos e propagandas inadequados ao público infantil.