

# A INFLUÊNCIA DA MÍDIA NO DESENVOLVIMENTO DA OBESIDADE INFANTIL

Isadora Fernanda de Moraes<sup>1</sup>, Maria Helena Rebouças<sup>1</sup>, Mariana Felipe Alves<sup>1</sup>, Thaís Neves<sup>1</sup>, Thayse Viana<sup>1</sup>, Léa Resende Moura<sup>2</sup>

1. Discente do curso de medicina: Centro Universitário UniEVANGÉLICA.
2. Docente do curso de medicina: Centro Universitário UniEVANGÉLICA.

**RESUMO:** A obesidade infantil é um dos problemas de saúde pública que mais cresce na atualidade, e mostra-se intimamente ligada à ingestão excessiva de alimentos com elevada densidade energética e baixo valor nutricional. Estudos evidenciam que o marketing de alimentos voltado ao público infantil é um dos principais meios de persuasão que leva ao consumo de gorduras, açúcares e sódio. O objetivo desse trabalho foi analisar a forma com que as propagandas interferem no desenvolvimento dos hábitos alimentares das crianças. A metodologia utilizada foi uma pesquisa no banco de dados da Scielo e MedLine. Em estudos realizados sobre o padrão de programação da mídia televisiva, evidenciou-se inadequação dos anúncios de alimentos direcionados às crianças, os quais têm infringido a legislação vigente o que tem refletido na saúde da criança a longo prazo. Conclui-se, portanto, que a publicidade de gêneros alimentícios destinados ao público infantil tem se mostrado nociva ao desenvolvimento da criança e está relacionada à obesidade infantil.

**Palavras-chave:**

Obesidade pediátrica.  
Marketing.  
Publicidade de alimentos.