

ANÁLISE DA PERCEPÇÃO DOS ESTUDANTES DE MEDICINA QUANTO À PUBLICIDADE E OBESIDADE INFANTIL

Weslei Pires Lima, João Antônio Soares de Sousa, Jhonas Nathanael Menezes Ferreira,
Natanael Marsicano de Brito Alexandria, Andrey Freire Appio, Marcia Maria Tavares
Machado de Aquino

Introdução: A obesidade infantil é uma adversidade que tem como um de seus vetores a publicidade, de caráter agressivo e exploratório, que estimula uma mentalidade consumista em crianças, mais vulneráveis a essa exposição, com repercussão na saúde dessas. **Objetivo:** Compreender a percepção dos estudantes de medicina acerca do impacto da publicidade na obesidade infantil, além de analisar suas propostas de intervenção voltadas à problemática no âmbito da formação acadêmica. **Metodologia:** Trata-se de uma pesquisa qualitativa e exploratória desenvolvida por discentes do curso de Medicina da UFC, no módulo de ABS 3. Após preenchimento do TCLE, a coleta de dados se deu por meio de questionário semiestruturado, através de aplicativos de conferência, e de formulários via “Google Forms”, para identificação sociodemográfica dos entrevistados. **Resultados:** Unanimemente os 16 estudantes entrevistados reconheceram a relevância da relação entre publicidade e obesidade infantil, bem como apontaram questões de ordem social, psicológica e estrutural que a atravessam, como a inserção social da criança dependente do consumo de ultraprocessados e sua vulnerabilidade aos apelos das propagandas. No entanto, todos os participantes revelaram não terem sido contemplados de forma aprofundada sobre a temática em nenhum momento e tampouco foi observado incremento sensível em seu entendimento ao longo do curso. Por fim, os estudantes apresentaram alternativas acadêmicas, múltiplas e atentas à interdisciplinaridade: observância da responsabilidade profissional, esclarecimento das famílias, adição na grade curricular de disciplinas optativas e ministração de cursos nas disciplinas de ABS e DP. **Conclusão:** A presente pesquisa atesta uma demanda universitária, cujo atendimento urge a formulação de mais pesquisas sobre o tema, a fim de aperfeiçoar as respostas da universidade às demandas sociais emergentes e tensionar o debate acadêmico em prol de uma compreensão de saúde mais ampliada e multifacetada.

Palavras-chave: Publicidade. Obesidade infantil. Medicina. Saúde.