



P122/S2-P58 PUBLICIDAD EN REDES SOCIALES DE PRODUCTOS ULTRAPROCESADOS DIRIGIDOS A LA INFANCIA: UN ESTUDIO DE CASO EN NIÑAS Y NIÑOS DEL BARRIO ALTO DE CUAUTEPEC EN LA CIUDAD DE MÉXICO

Leslie Jandery Palafox Santiago¹, **Prof. Katia Yetzani García Maldonado¹**, Dra. Florence L. Théodore Rowler²

¹Universidad Autónoma De La Ciudad De México, Ciudad de México, Mexico, ²Instituto Nacional de Salud Pública, Ciudad de México, México.

Introducción: En México los niños están inmersos en un ambiente obesogénico que condiciona y favorece el consumo de productos ultraprocesados con una alta disponibilidad y accesibilidad, teniendo como consecuencia cambios en los hábitos alimentarios al promover productos con ingredientes y exceso de nutrientes que no promueven una adecuada la nutrición. Las niñas y los niños están altamente expuestos a publicidad de productos ultraprocesados a través de diversos medios; sin embargo, dado que actualmente la mayoría de los niños/as poseen dispositivos electrónicos, ha cobrado gran relevancia el uso de redes sociales para atraer la atención de la población infantil a través de estrategias de publicidad digital, que resultan ser llamativas para esta población y pueden contribuir para promover el consumo de productos ultraprocesados, poniendo en riesgo su salud. Objetivo: Comprender la influencia de las estrategias de publicidad utilizadas en redes sociales que promocionan productos ultraprocesados en el consumo de este tipo de productos por niñas y niños del Barrio Alto de Cuauhtépec, en la Ciudad de México. Métodos: Estudio cualitativo realizado en niños de 8 a 11 años de edad en la Ciudad de México a través de una guía de entrevista semiestructurada realizada a través de un juego que utilizó tarjetas e imágenes. Resultados: La red social más utilizada por niñas y los niños del Barrio Alto de Cuauhtépec fue youtube, los dispositivos electrónicos de mayor uso fueron celular, computadora y televisión, pasando un tiempo promedio de 79 minutos en redes sociales. La estrategia con mayor influencia para el consumo de productos ultraprocesados fue la descarga de aplicaciones, juegos o música (53%) porque los entretienen y les ayudan a relajarse; seguida del uso de personajes de películas, youtubers, influencers, futbolistas o cantantes (47%) porque “hacen actividades donde sacan el alimento o el producto y actúan como si fuera algo que deberías probar”. Conclusiones: La publicidad de productos ultraprocesados dirigida a la infancia en redes sociales debe ser regulada por el Estado para garantizar el derecho a la salud y a la alimentación de niñas y niños; así como para salvaguardar el interés superior de la infancia sobre cualquier otro fin comercial que pueda poner en riesgo su salud y comprometer el futuro de la sociedad.

Palabras clave: Infancia, productos ultraprocesados, publicidad, redes sociales.

P123/S2-P59 DIRETRIZES NUTRICIONAIS PARA PLANEJAMENTO E EXECUÇÃO DE CARDÁPIOS EM UNIDADES PÚBLICAS DE ATENDIMENTO INSTITUCIONAL DE INDIVÍDUOS EM VULNERABILIDADE SOCIAL

Sra. Simone Cardoso Lisboa Pereira¹, Srta. Ana Beatriz Leão Silva¹, Sra Rosana Maria Calazans², Sra Izabel Cristina Corrêa Barcelos², Sra Giovana Ridolfi Aburachid², Sr Túlio Neves de Oliveira², Sra Bruna Emanuella Benfica Cirilo², Dra Bruna Vieira de Lima Costa¹, Dra Rita de Cássia Ribeiro¹

¹Universidade Federal De Minas Gerais, Belo Horizonte, Brasil, ²Prefeitura Municipal de Belo Horizonte, Belo Horizonte, Brasil.

Introdução: Uma das ações da Política Pública Brasileira de Assistência Social é o serviço de acolhimento institucional integral a indivíduos em vulnerabilidade social, de todos os ciclos da vida, em que o Estado deve garantir os direitos dos indivíduos acolhidos, inclusive no que se refere à alimentação adequada e saudável. Entretanto, não há uma regulamentação oficial para a oferta de refeições a este público nas esferas federal, estadual e municipal. Objetivo: Estabelecer diretrizes para o planejamento e a execução de cardápios ofertados nas unidades de acolhimento institucional (UAI) a fim de garantir fornecimento de refeições nutricionalmente adequadas e saudáveis, em uma estrutura similar àquela doméstica. Método: Trata-se de um estudo descritivo e exploratório de elaboração de diretrizes para o planejamento e execução de cardápios em UAI, tendo como cenário de estudo uma metrópole brasileira. Utilizou-se como materiais de referência e discussões a Política Nacional de Alimentação e Nutrição, Programa Nacional de Alimentação Escolar, Programa de Alimentação do Trabalhador, Guias Alimentares oficiais, Alimentos Regionais Brasileiros e as Dietary Reference Intakes. Resultado: Após a análise crítica dos referenciais, uma equipe composta por estudante e professores do curso de Nutrição; e de nutricionistas que atuam nos serviços de UAI estabeleceu, coletivamente, critérios para o planejamento de cardápios, que incluiu características qualitativas (aspectos sanitários, culturais, nutricionais, ambientais, direitos à alimentação adequada, promoção da saúde e frequência de consumo alimentar) e quantitativas (taxas de macronutrientes - Kcal, Cho, Ptn e Lip; e micronutrientes - Ferro, Vitamina A e Sódio). Também foram definidos critérios de avaliação dos cardápios, como a pesquisa de satisfação, para promover um planejamento estratégico, passível de aprimoramento. Conclusão: Diretrizes qualitativas (aspectos sanitários, culturais, nutricionais, ambientais) e quantitativas (distribuição de macro e micronutrientes) foram estabelecidas para garantia do direito à alimentação adequada e saudável ao público atendido nas UAI. A elaboração das diretrizes oficializa a responsabilidade do poder público pelo atendimento integral das necessidades nutricionais do público acolhido, bem como norteia o destino eficaz de recursos financeiros para a oferta das refeições adequadas e saudáveis.

Palavra chave: planejamento de cardápios, regulamentação, diretrizes, acolhimento.

