PUBLICIDADE EM APLICATIVO DE DELIVERY DE ALIMENTOS DURANTE A PANDEMIA DE COVID-19 NO BRASIL

III Seminário Latino-Americano sobre Ambiente Alimentar e Saúde, 3ª edição, de 28/10/2021 a 29/10/2021
ISBN dos Anais: 978-65-89908-74-6

SOUZA; Juliana de Paula Matos [1], MENDES; Larissa Loures [2], HORTA; Paula Martins [3]

RESUMO

Objetivo Analisar os anúncios publicitários de um aplicativo de delivery de alimentos (ADA) durante a pandemia de COVID-19 em Belo Horizonte, Brasil. **Métodos** Amostra aleatória de 1.593 publicidades anunciadas em dias de semana e fins de semana e nos horários de almoço e jantar na página inicial de um ADA durante 06/04 a 26/07 de 2020. Os anúncios foram classificados quanto ao tipo de alimento ofertado: água, sucos naturais ou vitaminas, hortaliças, frutas, refeições tradicionais e massas, bebidas ultraprocessadas, sorvetes e guloseimas, sanduíches, salgados fritos e pizzas e; quanto a presença de estratégias de marketing: fotos, descontos, combos e mensagens de saudabilidade, economia, sabor e prazer. **Resultados** Os principais grupos de alimentos anunciados foram refeições tradicionais e massas, bebidas ultraprocessadas e sanduíches (20-25% no período). Anúncios promovendo água foram inexistentes e aqueles que promoviam sucos naturais ou vitaminas, hortaliças e frutas representaram menos de 5% durante o período. As estratégias de publicidade mais usadas foram fotos (>80% no período) e descontos (>95% no período). Aproximadamente 30% dos anúncios usavam combos. Mensagens com apelo de sabor e prazer, e apelos de economia foram mais frequentes variando entre 15% e 40% no período. **Conclusão** O ADA promoveu alimentos não saudáveis por meio de estratégias de marketing de alto poder de persuasão. Esse quadro é crítico em saúde pública, uma vez que estimula práticas alimentares não saudáveis e, com isso, aumenta a probabilidade de desenvolver ou agravar condições adversas em saúde e amplia o risco individual para a COVID-19.

PALAVRAS-CHAVE: Relato de pesquisa, 1- Descrição sobre ambiente alimentar, Publicidade de alimentos, COVID-19, Aplicativo de delivery de alimentos, Alimentos ultraprocessados

[1] Universidade Federal de Minas Gerais - UFMG, ju.liana2011@yahoo.com.br
[2] Universidade Federal de Minas Gerais - UFMG, larissa.mendesloures@gmail.com
[3] Universidade Federal de Minas Gerais - UFMG, paulamhorta@gmail.com