



Publicidade / Food advertising



Os efeitos da publicidade em crianças e adolescentes

The effects of advertising in children and teenagers

Funded by European Union

Financiado pela União Europeia

Gonçalo Patronilho

8º F





Uma forma de reduzir a obesidade infantil e também os fatores de risco de incidência de doenças cardiovasculares associados à influência da publicidade televisiva no comportamento de consumo alimentar das crianças, passa por procurar formas de intervenção abrangentes e integradas que incluam os pais, os professores, os investigadores, os decisores políticos e os especialistas de marketing na procura de soluções para esse problema e na promoção de uma dieta saudável nas crianças.

Outra forma de reduzir a obesidade infantil relacionada à influência da publicidade televisiva é reduzir o tempo que as crianças gastam a ver televisão e sensibilizar as crianças para a "publicidade enganosa" e para os bons hábitos alimentares!

Outra forma de reduzir a obesidade infantil relacionada à influência da publicidade televisiva é reduzir o tempo que as crianças gastam a ver televisão e sensibilizar as crianças para a "publicidade enganosa" e para os bons hábitos alimentares!



Existem anúncios que são considerados "publicidades enganosas" e que podem conduzir a um engano, por parte dos telespectadores. Por isso, não devemos acreditar em tudo o que vemos na televisão e nos anúncios e devemos tomar conhecimento sobre os verdadeiros componentes que o alimento contém, pois devemos ter a certeza se estamos a consumir um produto saudável.



Comer bem é bem comer...