

Revista **a** EVOLUÇÃO

Ano IV n. 47 Dez. 2023
ISSN 2675-2573



**EDUCAÇÃO É UMA ÁREA DE
CONSTANTES DESAFIOS!**



**A ARTICULAÇÃO ENTRE A FORMAÇÃO INICIAL E A
FORMAÇÃO CONTINUADA: UMA PERSPECTIVA DE
APRENDIZAGEM AO LONGO DA VIDA**
MARISA GARCIA



Filiada à
ABEC
BRASIL
Associação Brasileira de Editores Científicos



Platform &
workflow by
OJS / PKP



www.primeiraevolucao.com.br

Revista **1ª** EVOLUÇÃO

Ano IV - nº 47 - Dezembro de 2023

ISSN 2675-2573

Uma publicação mensal da Edições Livro Alternativo

Editor Responsável:

Antônio Raimundo Pereira Medrado

Editor correspondente (Angola):

Manuel Francisco Neto

Coordenaram esta edição:

Vilma Maria da Silva

Andreia Fernandes de Souza

Organização:

Manuel Francisco Neto

Vilma Maria da Silva

Colunistas:

Adeilson Batista Lins

Isac Chateaufneuf

AUTORES(AS) DESTA EDIÇÃO

Adriana Beatriz de Oliveira

Aline Pereira Matias

Amanda Maria Franco Liberato

Anderson da Silva Brito

Andréia Fernandes de Souza

Bruno Vinicius Pereira da Silva

Débora da Silva Melo Valiante

Elaine Aparecida Forgassin Corrêa

Fernanda dos Santos Ikier

Graziela de Carvalho Monteiro

Isac dos Santos Pereira

Maria Angela Ferreira Oliveira

Maria Dalva Lima de Sousa

Marisa Garcia

Ruy Francisco Sposaro

Walter Paulesini Junior

Silvana dos Santos Silva

Solange Hitomi Kurozaki

Suseli Corumba dos Santos

Os artigos assinados são de responsabilidade exclusiva dos autores e não expressam, necessariamente, a opinião da revista.

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)

Revista Primeira Evolução [recurso eletrônico] / [Editor] Antonio Raimundo Pereira Medrado. – ano 4, n. 47 (dez. 2023). – São Paulo : Edições Livro Alternativo, 2023. 178 p. : il. color

Bibliografia

Mensal

ISSN 2675-2573 (on-line)

Modo de acesso: <https://primeiraevolucao.com.br>

DOI 10.52078/issn2673-2573.rpe.47

1. Educação – Periódicos. 2. Pedagogia – Periódicos. I. Medrado, Antonio Raimundo Pereira, editor. II. Título.

CDD 22. ed. 370.5

Patrícia Martins da Silva Rede – Bibliotecária – CRB-8/5877

ACESSOS:

<https://primeiraevolucao.com.br>



<https://doi.org/10.52078/issn2675-2573.rpe.47>



São Paulo | 2023

Editor Responsável:

Antônio Raimundo Pereira Medrado

Editor correspondente (ANGOLA):

Manuel Francisco Neto

Coordenação editorial:

Ana Paula de Lima
Andreia Fernandes de Souza
Antônio Raimundo Pereira Medrado
Isac Chateaneuf
José Wilton dos Santos
Manuel Francisco Neto
Vilma Maria da Silva

Com. de Avaliação e Leitura:

Prof. Me. Adeílson Batista Lins
Prof. Me. Alexandre Passos Bitencourt
Profa. Esp. Ana Paula de Lima
Profa. Dra. Andreia Fernandes de Souza
Profa. Dra. Denise Mak
Prof. Dr. Isac Chateaneuf
Prof. Dr. Manuel Francisco Neto
Profa. Ma. Maria Mbuanda Caneca Gunza Francisco
Profa. Mirella Clerici Loayza
Profa. Dra. Patrícia Tanganelli Lara
Profa. Dra. Thaís Thomaz Bovo

Bibliotecária:

Patrícia Martins da Silva Rede

Colunistas:

Profa. Esp. Ana Paula de Lima
Profa. Ma. Cleia Teixeira da Silva
Prof. Dr. Isac Chateaneuf
Prof. Me. José Wilton dos Santos

Edição, Web-edição e projetos:

Antonio Raimundo Pereira Medrado
Vilma Maria da Silva
Lee Anthony Medrado

Contatos

Tel. 55(11) 99543-5703
Whatsapp: 55(11) 99543-5703
primeiraevolucao@gmail.com (S. Paulo)
netomanuelfrancisco@gmail.com (Luanda)
<https://primeiraevolucao.com.br>

Imagens, fotos, vetores etc:

<https://publicdomainvectors.org/>
<https://pixabay.com>
<https://www.pngwing.com>
<https://br.freepik.com>

Publicada no Brasil por:

Edições
Livro Alternativo

CNPJ: 28.657.494/0001-09

Colaboradores voluntários em:



A revista PRIMEIRA EVOLUÇÃO é um projeto editorial criado pela **Edições Livro Alternativo** para ajudar e incentivar professores(as) a publicarem suas pesquisas, estudos, vivências ou relatos de experiências.

Seu corpo editorial é formado por professores/as especialistas, mestres/as e doutores/as que atuam na rede pública de ensino, e por profissionais do livro e da tecnologia da informação.

Uma de suas principais características é o fato de ser **independente e totalmente financiada por professoras e professores**, e de distribuição gratuita.

PROPÓSITOS:

Rediscutir, repensar e refletir sobre os mais diversos aspectos educacionais com base nas experiências, pesquisas, estudos e vivências dos profissionais da educação;

Proporcionar a publicação de livros, artigos e ensaios que contribuam para a evolução da educação e dos educadores(as);

Possibilitar a publicação de livros de autores(as) independentes;

Promover o acesso, informação, uso, estudo e compartilhamento de softwares livres;

Incentivar a produção de livros escritos por professores/as e autores independentes;

Financiar (total ou parcialmente,) livros de professoras/es e estudantes da rede pública.

PRINCÍPIOS:

Os trabalhos voltados para a **educação, cultura** e produções independentes;

O uso exclusivo de **softwares livres** na produção dos livros, revistas, divulgação etc;

A ênfase na produção de **obras coletivas** de profissionais da educação;

Publicar e divulgar **livros de professores(as)** e autores(as) independentes;

O respeito à **liberdade e autonomia** dos autores(as);

O combate ao despotismo, ao preconceito e à superstição;

O respeito à **diversidade**.

**Esta revista é mantida e financiada por professoras e professores.
Sua distribuição é, e sempre será, livre e gratuita.**

Produzida com utilização de softwares livres



Filiada à:



Platform &
workflow by
OJS / PKP

Google Acadêmico



www.primeiraevolucao.com.br

A educação evolui quanto mais evoluem seus profissionais

05 APRESENTAÇÃO

Andréia Fernandes de Souza

06 Catalog'Art; Naveg'Ações de Estudantes

Isac dos Santos Pereira

07 Ciências, Tecnologia e Sociedade

Adeilson Batista Lins

13 Projeto: Eu Amo Ler.

14 EDUCAÇÃO É UMA ÁREA DE CONSTANTES DESAFIOS!



ARTIGOS

- | | |
|--|-----|
| 1. O PROFESSOR ORIENTADOR DE ÁREA - POA DE ALFABETIZAÇÃO: SABERES E FAZERES NECESSÁRIOS À FUNÇÃO
ADRIANA BEATRIZ DE OLIVEIRA | 17 |
| 2. AS ARTES VISUAIS E A CONSCIENTIZAÇÃO AMBIENTAL DOS ESTUDANTES NA PERSPECTIVA DE VIK MUNIZ
ALINE PEREIRA MATIAS | 31 |
| 3. PROGRAMA APRENDER E ENSINAR NO ENSINO FUNDAMENTAL: UMA POSSIBILIDADE DE FORMAÇÃO CONTINUADA
AMANDA MARIA FRANCO LIBERATO | 37 |
| 4. A IMPORTÂNCIA DO PAPEL DO PROFESSOR DA EDUCAÇÃO INCLUSIVA PARA QUE ELA REALMENTE ACONTEÇA
ANDERSON DA SILVA BRITO | 47 |
| 5. PROBLEMAS DE MATEMÁTICA NO CICLO DE ALFABETIZAÇÃO: DA ANÁLISE DE DADOS À DEMANDA FORMATIVA
ANDRÉIA FERNANDES DE SOUZA | 57 |
| 6. A IMPORTÂNCIA DA PREVENÇÃO E O TRATAMENTO DO CÂNCER BENIGNO DE BOCA PELO CIRURGIÃO BUCOMAXILOFACIAL
BRUNO VINICIUS PEREIRA DA SILVA /WALTER PAULESINI JÚNIOR | 69 |
| 7. PAUTAS FORMATIVAS (TAMBÉM) TRAZEM GENTE DENTRO: REFLEXÕES ACERCA DA CONSTRUÇÃO DE PROCESSOS
FORMATIVOS
DÉBORA DA SILVA MELO VALIANTE | 77 |
| 8. APRENDIZAGEM ALÉM DOS LIMITES COGNITIVOS: PERSPECTIVAS PRÁTICAS SOBRE COMO AS EMOÇÕES E OS VÍNCULOS
AFETIVOS IMPACTAM NO PROCESSO EDUCATIVO
ELAINE APARECIDA FORGASSIN CORRÊA | 85 |
| 9. O CONSUMO ALIMENTAR INFANTIL E AS INFLUÊNCIAS DO MARKETING
FERNANDA DOS SANTOS IKIER | 93 |
| 10. A IMPORTÂNCIA DO ENSINO SUPERIOR PARA A PRÁTICA DO ENSINO ACADÊMICO
GRAZIELA DE CARVALHO MONTEIRO | 101 |
| 11. A AVALIAÇÃO CONSTRUTIVA NO ÂMBITO ESCOLAR: PENSAR O PROFESSOR E OS ESTUDANTES NESSE PROCESSO
ISAC DOS SANTOS PEREIRA | 109 |
| 12. A LITERATURA APLICADA NA EDUCAÇÃO INFANTIL E SUAS CONTRIBUIÇÕES PARA A AQUISIÇÃO DA LEITURA E ESCRITA
MARIA ANGELA FERREIRA OLIVEIRA | 119 |
| 13. O TDAH NA ESCOLA
MARIA DALVA LIMA DE SOUSA | 127 |
| ★ 14. A ARTICULAÇÃO ENTRE A FORMAÇÃO INICIAL E A FORMAÇÃO CONTINUADA: UMA PERSPECTIVA DE APRENDIZAGEM AO
LONGO DA VIDA
MARISA GARCIA | 133 |
| 15. USO DO EXTRATO DE PRÓPOLIS EM PACIENTES DA UTI
RUY FRANCISCO SPOSARO /WALTER PAULESINI JUNIOR | 139 |
| 16. FORMAÇÃO DE PROFESSORES ALFABETIZADORES: DESAFIOS E POSSIBILIDADES NO TERRITÓRIO
SILVANA DOS SANTOS SILVA | 149 |
| 17. O TEA E OS CAMINHOS DA EDUCAÇÃO INCLUSIVA
SOLANGE HITOMI KUROSZAKI | 157 |
| 18. A ENUNCIÇÃO E SUAS INSTABILIDADES NUM PERCURSO DE AQUISIÇÃO DA LEITURA
SUSELI CORUMBA DOS SANTOS | 169 |

O CONSUMO ALIMENTAR INFANTIL E AS INFLUÊNCIAS DO MARKETING

FERNANDA DOS SANTOS IKIER¹

RESUMO

A infância representa uma fase crítica para o estabelecimento de hábitos alimentares, sendo essencial que as famílias introduzam alimentos saudáveis, criando memórias afetivas associadas a eles. As crianças, devido ao menor senso crítico e maior exposição a propagandas, são mais suscetíveis à influência da mídia em comparação aos adultos. Essa influência contribui para o aumento do consumo de alimentos ultraprocessados, que, por sua vez, está correlacionado com taxas crescentes de obesidade e sobrepeso infantil. O presente estudo tem como objetivo principal identificar como a mídia exerce impacto sobre o consumo alimentar infantil. O trabalho consiste em uma revisão bibliográfica, utilizando os descritores consumo alimentar, publicidade, infância, introdução alimentar e marketing alimentar. Destaca-se o aumento da ingestão ultraprocessados no consumo alimentar de crianças e seus efeitos adversos na saúde. Além disso, salienta-se que o aumento no consumo não se restringe apenas à renda familiar, mas também envolve fatores sociais. Como resposta a esses desafios, o governo implementou programas de conscientização, incluindo o Programa Nacional de Alimentação Escolar (PNAE), o Bolsa Família e o Meu Pratinho Saudável. A mídia exerce uma influência significativa no consumo alimentar infantil, dada a capacidade cognitiva diminuída das crianças devido à sua imaturidade.

Palavras chaves: Alimentos Saudáveis; Ciclos da Vida; Obesidade.

INTRODUÇÃO

A infância é uma fase de transformações físicas, sociais, psicológicas e alimentares, onde o indivíduo começa a formar seus gostos e hábitos alimentares. (LANES et al., 2012).

As crianças principalmente em idade escolar (dos 6 aos 12 anos), possuem uma grande exposição a tais veículos de comunicação e grande influência no consumo alimentar familiar, representando cerca de 80% decisão nas compras. São vistas pelas empresas como consumidores diretos, sendo motivadores das compras familiares (WASHINGTON; 2006).

Nítida a mudança no padrão alimentar da população brasileira, uma pesquisa feita no Brasil em 2018 aponta que a aquisição de alimentos ultra processados e processados chega a ser 3 vezes maior do que era no período de 2002-2003 (MARTINEZ, 2019).

¹ Graduada em Educação Física e Pós Graduada em Psicologia do Esporte - FMU/SP. Graduada em Pedagogia - FAMOSP. Professora e Coordenadora de Esportes na rede particular. Professora de Educação Infantil na PMSP.

Alguns fatores que podem interferir positivamente para essa mudança alimentar podem se destacar: inserção da mulher no mercado de trabalho, pois temos a diminuição do tempo dedicado para a preparação de alimentos, a globalização que vai trazer o acesso mais rápido a alimentos prontos para o consumo, e dentre os principais pontos a influência da mídia (WHASINGTON, 2006).

O marketing é definido como processo gerencial onde os indivíduos obtêm o que necessitam e desejam por meio da troca por outros produtos ou valores. Tendo sempre como objetivo final satisfazer um grupo de consumidores. A indústria irá apostar principalmente em produtos alimentícios, que além de estarem relacionados a uma necessidade fisiológica, estarão associados a um papel emocional. (LANNES, 2012).

A FORMA DE PERSUASÃO

A forma utilizada pelas empresas para maior persuasão do consumidor são as propagandas repletas de informações, veiculadas através das mídias como rádio, televisão e internet, que terão como principal intuito fazer o consumidor adquirir tal produto, sempre associando a um benefício seja ele real ou irreal (BRUCE AS, 2013).

Conforme a Pesquisa Nacional de Saúde do Escolar (PeNSE), foram realizadas pesquisas sobre o consumo alimentar dos Escolares durante os sete dias da semana, sobre dados de “alimentos não saudáveis”, o consumo de guloseimas por todas as capitais em 2019, teve como resultado de 42,9%. Sobre todas as capitais pesquisadas, São Paulo com 43,0% é a capital com maior número (IBGE, 2023).

Ultimamente, a comercialização de alimentos ultraprocessados tem sido o foco de debates internacionais, especialmente no que diz respeito às crianças. Alguns alimentos mais comercializados para este público são; refrigerantes, cereais matinais açucarados, e *fast foods*, tendem a terem elevados níveis de gordura, açúcar, sal, e possuem alta densidade energética sendo pobres no quesito micronutrientes (Manuel, 2008).

Segundo POF (Pesquisa de Orçamento Familiar) feita em 2016 mostra que a alimentação das crianças brasileiras é deficiente de frutas, legumes e verduras e tem um consumo excessivo de alimentos ultraprocessados (Monteiro, 2010).

De acordo com a OMS, quando se trata das crianças os principais comportamentos de risco estão associados a inatividade física e ao consumo alimentar inadequado (WHO, 2014).

Os aumentos desses dados demonstram a maior eficiência das propagandas sobre alimentos industrializados, que são veiculados no meio que o escolar convive (SILVA ET AL, 2018).

Segundo a OMS podemos observar que o número de adolescentes e crianças em obesidade e sobrepeso praticamente triplicou nos últimos anos, aumentando também os índices de doenças crônicas não transmissíveis. Além disso a OMS identificou o marketing de alimentos, como o fator principal para o consumo de tais alimentos que contém alimentos um alto teor de açúcar, gorduras, sódio e baixo valor nutricional. A infância da formação dos hábitos alimentares, é quando se formam seus costumes e gostos e sua preferência, os hábitos adquiridos podem interferir diretamente na fase adulta. A faixa etária infantil, é mais afetados pelo o marketing televisivo, fazendo que as crianças mudem seu hábitos alimentares

para seguir o que foi dito em tal propaganda ou em mídias sociais, que contem anúncios com personagens de desenho animados, famosos, com músicas que chamam atenção ou simplesmente por ser bonito, e facilmente acabam pedindo para os responsáveis adquirirem tais produtos. As empresas realizam esses anúncios que muitas das vezes não possuem veracidade e são baseados em exageros para aumentar o índice de vendas. Por isso é essencial abordar esses assuntos já que o marketing no mercado alimentar infantil e a obesidade são relevantes ao meio acadêmico, principalmente na responsabilização da família, da sociedade e do Estado, como protetores da infância.

A FORMAÇÃO DOS HÁBITOS ALIMENTARES

A formação dos hábitos alimentares na infância é um processo complexo, onde fatores diversos, incluindo a influência dos meios de comunicação, desempenham um papel crucial (TATIANA ET AL., 2009).

Mudanças significativas nos hábitos e padrões alimentares vem acontecendo nos últimos anos, refletindo transformações no cenário contemporâneo. Um indicador claro dessas mudanças é a progressiva substituição de alimentos in natura e minimamente processados por opções ultraprocessadas e processadas, impulsionada pela busca por praticidade e economia de tempo. Esse panorama coloca as crianças em situação de vulnerabilidade nutricional, expostas a uma dieta desequilibrada e rica em calorias. A crescente restrição de tempo que os pais enfrentam em casa também está intimamente ligada ao aumento do consumo de alimentos ultraprocessados. Isso deve, em parte, à ocupação desse tempo limitado pela influência da mídia (Ceccatto et al., 2018).

A mídia enxerga as crianças como consumidores diretos, influenciando suas decisões de compra e, por conseguinte, persuadindo familiares. Estratégias como o uso de personagens, celebridades, brindes, embalagens atrativas, jingles e propagandas têm como alvo o público infantil, estimulando o interesse e o gosto por determinados produtos, resultando em um aumento nas vendas (Maia, 2017; Leandro, 2020; Federal, 2009).

O emprego de celebridades nas embalagens ou na publicidade visa atrair a atenção do consumidor, conferindo maior incidência devido à associação com figuras publicamente reconhecidas (Boyland, 2012). Da mesma forma, personagens são frequentemente usados para criar um apelo lúdico, conectando-se ao universo infantil e estabelecendo vínculos comerciais significativos (Scagliusi; Machado; Torres, 2005; Alcântara, 2019). Estratégias como o uso de brindes também são apelativas, gerando na criança a ideia de recompensa ao consumir o produto. A maioria dos brindes é colecionável, incentivando um maior consumo e o desejo de integração social entre as crianças (Souza et al., 2010). Os jingles são empregados para sugerir diversão e felicidade, associando positivamente o produto na mente da criança e aumentando as chances de compra pelos pais ou responsáveis (Souza, 2017).

O design das embalagens também desempenha importante papel nesse cenário, utilizando letras contornadas, cores vibrantes como vermelho, amarelo e laranja, e materiais mais rígidos para atrair a atenção do público infantil. Os núcleos, por sua vez, são escolhidos estrategicamente para criar experiências sensoriais e emocionais (Chinen, 2009; Abreu, 2011; Pontes, 2009; Viana; Iann; Coutinho, 2013).

Embora todas essas estratégias sejam amplamente utilizadas pelas empresas para persuadir, a publicidade televisiva continua sendo o alvo principal, absorvendo 71% dos investimentos publicitários (Connor, 2016). Estudo desenvolvido por Ferreira (2019) analisou a presença de propagandas de alimentos dirigidas a crianças e revelou que 35,7% das propagandas veiculadas eram destinadas ao público infantil, com destaque para canais de alta audiência e programação infantil. A avaliação estratégias publicitárias mostrou que 84,7% delas eram direcionadas aos decisores (adultos responsáveis), utilizando características nutricionais para persuadir a compra. Além disso, 87,5% das propagandas eram voltadas para alimentos ultraprocessados, enquanto apenas 6,2% eram destinadas a alimentos minimamente processados e 1,5% a alimentos in natura.

OS ESPAÇOS ALIMENTARES NAS ESCOLAS

Os ambientes de educação não são apenas palcos onde ocorre o aprendizado dos estudantes, mas estão envolvidos na criação de conhecimento e identidades/subjetividades - os espaços incorporam valores, crenças e tradições específicas.

A partir da ênfase nos problemas de doença e saúde mental, tem-se movido em direção a uma nova fase, na qual, o conceito de saúde tem sido considerado não apenas mais competente, mas, acima de tudo, fundamentalmente diferente.

A saúde começa a ser definida não pela ausência de doença ou ausência de sintomas, mas por características distintivas específicas, relacionadas não apenas à condição biológica, mas à condição subjetiva e sócio historicamente determinada do indivíduo. Dentro desse conceito, adotamos o conceito de saúde elaborado por Gonzáles (1993, p. 3) que expressa:

A saúde, no entanto, é um processo qualitativo que define o funcionamento integral do organismo, integrando sistemicamente o somático e o psíquico, formando uma unidade onde a afetação de um age necessariamente do outro.

A saúde, quando considerada em sua totalidade, é determinada por diversos elementos, sendo um deles o desenvolvimento de recursos subjetivos no indivíduo, que permite uma interação adequada com o ambiente social em que está inserido, além de lidar com os desafios e conflitos diários.

A manutenção da saúde também está ligada a um estilo de vida saudável, que, devido à sua complexidade e especificidade, depende em grande parte dos recursos subjetivos do indivíduo, que é o responsável por adotá-lo.

É importante ressaltar que o conceito sociológico de estilo de vida, conforme explorado por diversos autores, abrange não apenas as atividades concretas realizadas pelos indivíduos em determinadas condições socioculturais, mas também os fatores subjetivos que refletem o caráter ativo do indivíduo em relação ao seu próprio estilo de vida (Poltrony, 1989, González, 1993).

Ao destacar a importância das atividades que compõem o estilo de vida para a saúde e seu significado psicológico, González (1993, p. 23) afirma:

No entanto, existe um amplo espectro de doenças em que o modo de vida do sujeito, bem como sua capacidade de enfrentar a vida sem se tornar objeto de situações permanentes de estresse, são determinantes para sua prevenção e controle, entre os quais doenças cardiovasculares, doenças angiológicas, diabetes, câncer e muitas outras, cuja manifestação, principalmente as cardiovasculares, estão à frente do quadro epidemiológico que o país apresenta atualmente.

A relação entre estilo de vida, bem-estar e personalidade está intrinsicamente ligada e, ao mesmo tempo, está intimamente conectada à educação. No entanto, a concepção tradicional de saúde, em sua abordagem restrita e biológica, tem levado a uma visão em que saúde e educação são consideradas, por muito tempo, como esferas relativamente independentes.

É importante ressaltar que a promoção e a educação para a saúde são responsabilidades da sociedade como um todo e de todas as suas instituições. As políticas sociais, o emprego, a cultura, os valores, entre outros, têm um impacto significativo e diferenciado na saúde de diversos grupos, camadas e classes sociais. A família, os meios de comunicação e a escola desempenham papéis importantes na educação e na promoção da saúde, sempre em estreita relação com o contexto social mais amplo em que estão inseridos.

Consideramos que as contribuições da escola para a saúde humana são essenciais e diversas. Vamos tentar descrevê-las de forma didática em cinco principais aspectos, os quais estão intimamente interconectados. Um deles, possivelmente o mais fundamental, é fornecer ao indivíduo uma formação cultural mínima que permita compreender as diferentes mensagens de saúde transmitidas por meio de diversos canais, como rádio, televisão, cartazes, jornais, revistas, livros, entre outros.

Uma segunda contribuição está relacionada à preparação para o trabalho. A instituição escolar deve fornecer uma formação básica que seja um fator importante, dentro de um conjunto complexo de elementos, para uma inserção favorável na vida profissional. Essa inserção não se refere apenas à realização pessoal, mas também à satisfação das necessidades básicas, que são elementos essenciais para a saúde.

É importante destacar a complexa interação entre as escolas e a sociedade, bem como a necessidade de a sociedade garantir, por meio de estratégias econômicas e sociais adequadas, o acesso real de todos a uma educação institucionalizada de qualidade. Essa questão é relevante porque, muitas vezes, a escola (quando a criança tem acesso a ela) se torna um espaço de exclusão, refletido nas altas taxas de abandono escolar presentes em muitos sistemas educacionais. O fracasso é frequentemente atribuído unicamente ao aluno, que, incapaz de atender às demandas da instituição, acaba abandonando-a, iniciando, na maioria dos casos, um ciclo de frustrações e fracassos que são prejudiciais tanto para a saúde individual quanto para a social.

Um aspecto específico relacionado à preparação para o trabalho é o papel da escola na orientação profissional de crianças e jovens. Compreendemos a orientação profissional

como um conjunto de ações educativas sistemáticas que visam, fundamentalmente, desenvolver nos indivíduos um conjunto de recursos psicológicos que mediam a escolha autodeterminada da profissão e o subsequente vínculo positivo com ela.

A saúde no ambiente escolar é concebida como parte integrante da vida da comunidade em que a escola está inserida. Nesse sentido, a prática pedagógica participativa deve ter como referência o desenvolvimento do educando como expressão de saúde, adotando uma abordagem metodológica de educação em saúde transformadora (Catrib et al., 2003, p. 31).

O IMPACTO DAS PRÁTICAS “MARKETEIRAS” NA ALIMENTAÇÃO INFANTIL

O impacto dessas práticas de marketing na alimentação infantil é evidenciado por estudos que mostram uma associação direta entre o tempo gasto na televisão e o aumento do consumo de alimentos ultraprocessados (Dixon, 2007). Pesquisas com crianças de diversas faixas etárias revelam uma preferência significativa por alimentos industrializados, contribuindo para o aumento do sobrepeso e da obesidade (Pereira, 2020; Assis, 2021; Alcântara, 2019).

Além dos impactos na saúde física, a publicidade excessiva de alimentos inadequados também pode influenciar qualidades na formação de hábitos alimentares das crianças, comprometendo seu desenvolvimento e predispondo-as a uma série de problemas de saúde a curto e longo prazo (Alcântara, 2019). A avaliação do estado nutricional, utilizando indicadores antropométricos como peso para a idade, peso para a estatura, índice de massa corporal (IMC) e estatura para a idade, é fundamental para compreender e intervir na saúde e nutrição infantil. No Brasil, dados de 2021 revelam que 17,1% das crianças têm sobrepeso e 10,7% são obesas (Pitanga et al., 2021). Esse panorama é agravado pelo consumo frequente de alimentos divulgados na mídia, como refrigerantes, iogurtes, salgadinhos e alimentos gordurosos (Pimenta et al., 2011).

Além dos problemas de saúde associados aos maus hábitos alimentares, a falta de atividade física tem contribuído para o aumento da obesidade infantil. Estudo desenvolvido por Assis (2021) mostrou que as crianças passam grande parte do tempo em dispositivos eletrônicos, sem supervisão, comprometendo seu desenvolvimento físico e predispondo-as a problemas de saúde.

Por fim, é extremamente relevante o incentivo de programas governamentais, como o Bolsa Família, PNAE, e Meu Pratinho Saudável, objetivando melhorias relacionadas a alimentação infantil, visto que eles possuem importante papel na promoção de hábitos alimentares saudáveis. A regulamentação da publicidade de alimentos também é essencial, incorporando medidas como informação nutricional clara, restrição de horários e prescrição de estratégias que iludam as crianças sobre alimentos não saudáveis (Moura, 2010; Melo et al., 2019)

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Esse artigo revelou que a maioria dos produtos alimentares destinados às crianças são classificados como ultraprocessados, contendo aditivos, sódio, açúcar, sal e gordura, com baixo valor nutricional. A influência significativa da publicidade no consumo desses alimentos pelas crianças é evidente, aproveitando a imaturidade desse grupo para discernir seus

verdadeiros desejos durante as compras. Estratégias frequentes incluem o uso de personagens populares, figuras famosas, cores vibrantes e imagens de crianças felizes ao consumir o produto, além de brindes em embalagens e comerciais para atrair eficazmente esse público. Verificou-se ainda o tempo específico que as crianças dedicam aos dispositivos móveis e à televisão, resultando em uma exposição ampliada às propagandas. Essa extensa divulgação de produtos alimentares altamente calóricos contribui para a criação de um ambiente obesogênico, associado a um aumento significativo nas Doenças Crônicas Não Transmissíveis (DCNT).

Apesar dos avanços, a implementação de leis mais rigorosas e uma fiscalização eficaz se fazem necessárias para reduzir propagandas que promovam o consumo excessivo de alimentos cuidadosos em nutrientes destinados ao público infantil. Simultaneamente, é essencial intensificar a veiculação de propagandas que incentivem o consumo de alimentos saudáveis e nutritivos. A colaboração dos responsáveis desempenha um papel fundamental no desenvolvimento de hábitos alimentares saudáveis desde os primeiros anos de vida.

REFERÊNCIAS

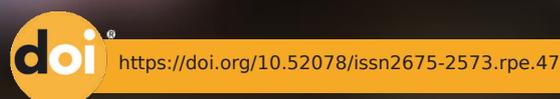
- Lanes, D. V. C. *et al.* Estratégias Lúdicas para a construção de hábitos alimentares saudáveis na educação infantil. **Revista Ciências & Ideias**, Santa Maria, v.4, n. 1, p.1-12. 2012. Disponível em: <<https://revistascientificas.ifrjedu.br/revista/index.php/reci/article/view/135/144>>. Acesso: 28 mar.2022.
- Martínez Steele e, Baraldi LG, Louzada ML, Moubara. C JC, Mozaffarian D, Monteiro CA. **Ultra-processed foods and added sugars in the US diet: evidence from a nationally representative cross-sectional study.** *BMJ Open* 2019; 6:e009892
- McGinnis, JM, Gootman, J, Kraak VI. **Food marketing to children and youth: Threat or opportunity?** Institute of Medicine Report. Natl. Acad. Press. Washington; 2006.
- Monteiro C.A. "Nutrition and health. The issue is not food, nor nutrients, so much as processing". Invited Commentary. **Public Health Nutrition** 2009; 12 (5): 729-731.
- Monteiro CA, Levy RB, Claro RM, Castro IRR, Cannon G. Increasing consumption of ultra-processed foods and likely impact on human health: evidence from Brazil. **Public Health Nutrition** 2010. 14(1):5-13
- Monteiro, C. A. et al. A new classification of foods based on the extent and purpose of their processing. **Caderno de Saúde Pública**, Rio de Janeiro, v. 26, n. 11, p. 2039-2049, 2010. Disponível em: <https://www.google.com.br/?gws_rd=ssl#q=Esses+alimentos%2C+denominados+por+Monteiro+et+al.+como+ultraprocessados>. Acesso em: 01 dez.2023.
- Pontes, Tatiana Elias et al. Orientação nutricional de crianças e adolescentes e os novos padrões de consumo: propagandas, embalagens e rótulos. **Revista Paulista de Pediatria** [online]. 2009, v. 27, n. 1, pp. 99-105. Disponível em: <https://doi.org/10.1590/S0103-05822009000100015>. Acesso em 10 dez.2023.
- Silva, Mariane Alves; Milagres, Luana Cupertino; Castro, Ana Paula Pereira, Filgueiras, Mariana De Santis; Rocha, Naruna Pereira; Hermsdorff, Helen Hermana Miranda; Longo, Giana Zarbato; Novaes, Juliana Farias. O consumo de produtos ultraprocessados está associado ao melhor nível socioeconômico das famílias das crianças. **Ciência & Saúde Coletiva** [online]. v. 24, n. 11, pp. 4053-4060. Disponível em: <<https://doi.org/10.1590/1413-812320182411.25632017>>. ISSN 1678-4561. <https://doi.org/10.1590/1413-812320182411.25632017>. Acesso em 3 dez.2023.
- Wardle J. Eating behaviour and obesity. **Obes Rev.** 2007; 8(Suppl 1):73-5.
- World Health Organization. **Global status report on noncommunicable diseases 2010** Geneva: WHO, 2011.



ORGANIZAÇÃO:
Manuel Francisco Neto
Vilma Maria da Silva

AUTORES(AS):

Adriana Beatriz de Oliveira
Aline Pereira Matias
Amanda Maria Franco Liberato
Anderson da Silva Brito
Andréia Fernandes de Souza
Bruno Vinicius Pereira da Silva
Débora da Silva Melo Valiante
Elaine Aparecida Forgassin Corrêa
Fernanda dos Santos Ikier
Graziela de Carvalho Monteiro
Isac dos Santos Pereira
Maria Angela Ferreira Oliveira
Maria Dalva Lima de Sousa
Marisa Garcia
Ruy Francisco Sposaro
Walter Paulesini Junior
Silvana dos Santos Silva
Solange Hitomi Kurozaki
Suseli Corumba dos Santoso



Produzida com utilização de softwares livres



Platform &
workflow by
OJS / PKP

www.primeiraevolucao.com.br

