



**INSTITUTO LATINO-AMERICANO DE
ECONOMIA, SOCIEDADE E POLÍTICA
(ILAESP)**

**DESENVOLVIMENTO RURAL E
SEGURANÇA ALIMENTAR**

**PROBLEMATIZAÇÃO DA PUBLICIDADE DE ALIMENTOS COM
ADOLESCENTES: UTILIZAÇÃO DE VÍDEO COMO APORTE EDUCATIVO**

DIRCE REGINA SIMÃO COLUÇO

FOZ DO IGUAÇU,

2015



**INSTITUTO LATINO-AMERICANO DE
ECONOMIA, SOCIEDADE E POLÍTICA
(ILAESP)**

**DESENVOLVIMENTO RURAL E
SEGURANÇA ALIMENTAR**

**PROBLEMATIZAÇÃO DA PUBLICIDADE DE ALIMENTOS COM
ADOLESCENTES: UTILIZAÇÃO DE VÍDEO COMO APORTE EDUCATIVO**

DIRCE REGINA SIMÃO COLUÇO

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Instituto Latino-Americano de Economia, Sociedade e Política da Universidade Federal da Integração Latino-Americana, como requisito parcial à obtenção do título de Bacharel em Desenvolvimento Rural e Segurança Alimentar.

Orientadora: Profa. Dra. Érika Marafon Rodrigues Ciacchi

FOZ DO IGUAÇU,

2015

DIRCE REGINA SIMÃO COLUÇO

**PROBLEMATIZAÇÃO DA PUBLICIDADE DE ALIMENTOS COM
ADOLESCENTES: UTILIZAÇÃO DE VÍDEO COMO APORTE EDUCATIVO**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Instituto Latino-Americano de Economia, Sociedade e Política da Universidade Federal da Integração Latino-Americana, como requisito parcial à obtenção do título de Bacharel em Desenvolvimento Rural e Segurança Alimentar.

BANCA EXAMINADORA

Orientadora: Profa. Dra. Érika Marafon Rodrigues Ciacchi
UNILA

Profa. Dra. Ana Paula Araujo Fonseca
UNILA

Profa. Me. Soraia Younes
UNIAMERICA

Foz do Iguaçu, _____ de _____ de _____.

Dedico este trabalho às pessoas
mais importantes da minha vida,
minha família: Sebastiana
Augusta Simão (in memmorian),
Fábio Coluço, Júlia Simão,
Solange Corrêa, Gutinha,
Thomas, Giulio, Atílio e Fellipe
Carvalho. Meus amados!

AGRADECIMENTOS

Agradeço primeiramente a minha professora, orientadora e acima de tudo amiga, Dra. Erika Ciacchi, que além de me orientar de forma esplêndida, me apoiou e me reanimou em meio a tantas dificuldades. Agradeço imensamente as oportunidades concedidas, a atenção e a confiança que com certeza engrandeceram a minha formação.

Ao meu pai, Fábio Coluço, que se não fosse seus ensinamentos e seu incentivo desde muito cedo, eu não estaria aqui. Além disso, seu amor, dedicação e compreensão foram determinantes para minha conquista. A você, meu pai admirável, meu eterno amor e agradecimento.

Às mulheres da minha vida Sebastiana Augusta Simão (in memorian), vizinha amada, mulher guerreira de infinito amor e compaixão, não passou um dia sequer sem que eu pensasse na senhora, agradeço de coração os ensinamentos, as histórias de vida, que para mim foram de fundamental importância e relevância na minha formação pessoal. À minha mãe rainha Júlia Simão; à Gutinha, minha irmã que tanto amo e tenho orgulho e à Sô, também minha saudosa mãe. Deixo aqui meu sincero agradecimento pelos seus conselhos, pela compreensão e ajuda nos momentos mais difíceis. Eu amo vocês!

Aos meus queridos irmãos Atílio, que me alegra a cada dia; ao Giulio e ao Thomas que são meus melhores amigos, vocês são essenciais na minha vida. Não poderia deixar de agradecer também ao meu padrinho, Zé Mário, por todo apoio nesses últimos anos, muito obrigada por tudo!

Agradeço também ao meu companheiro, Fellipe Carvalho, por fazer parte da minha vida, por todas as noites em claro me apoiando e me ajudando para a efetiva realização desse trabalho, sem você, nada disso teria sido concluído. Obrigada pela compreensão durante todos esses anos, obrigada por cuidar de mim, pelo amor, carinho e dedicação. Sou infinitamente grata e te amo cada dia mais.

Agradeço à direção e coordenação da Escola Estadual na qual o estudo foi realizado, aos alunos, aos professores e demais funcionários que foram extremamente receptivos, e tornaram esse estudo possível.

Agradeço a todos os professores do curso de Desenvolvimento Rural e Segurança Alimentar, em especial os professores Dirceu Basso, Exzolvildres Queiroz Neto e Régis da Cunha Belém que não mediram esforços para tornar o projeto do curso de Desenvolvimento Rural e Segurança Alimentar em realidade. O que seria de DRUSA sem vocês? Obrigada.

Por fim, mas de igual relevância, quero agradecer aos antigos e aos novos amigos que fiz nessa caminhada, e também aos demais familiares. Certamente vocês fizeram a diferença. Obrigada de coração!

*Coma apenas o que sua avó reconheceria
como comida... não coma nada que não
possa um dia apodrecer.
(Michel Pollan).*

COLUÇO, Dirce Regina Simão. **PROBLEMATIZAÇÃO DA PUBLICIDADE DE ALIMENTOS COM ADOLESCENTES: UTILIZAÇÃO DE VÍDEO COMO APORTE EDUCATIVO**. 2015. 66 p. Trabalho de Conclusão de Curso de graduação em Desenvolvimento Rural e Segurança Alimentar – Universidade Federal da Integração Latino-Americana, Foz do Iguaçu, 2015.

RESUMO

O comportamento alimentar é influenciado por diversos fatores, entre eles, a influência da publicidade e propaganda de alimentos constitui um importante fator, o qual vem a ser considerado no presente estudo. Quanto a essa influência publicitária, o público infanto-juvenil apresenta-se como importante alvo das estratégias de venda da indústria alimentícia, em decorrência, principalmente, da situação de desenvolvimento biopsicossocial em que o mesmo se encontra. Neste sentido, teve-se como objetivo do trabalho analisar a percepção de adolescentes sobre a influência da publicidade de alimentos nas escolhas e práticas alimentares. A partir disso, buscou-se identificar as críticas e as estratégias apontadas pelos adolescentes acerca da publicidade de alimentos por meio de uma vivência problematizadora. E para tanto, foram sujeitos dessa pesquisa 10 adolescentes matriculados no 9º ano, com idades variadas de 13 a 16 anos, sendo cinco alunos do sexo masculino e cinco do sexo feminino, de uma Escola Estadual do município de Foz do Iguaçu – PR. O estudo foi realizado através de entrevistas por meio de grupo focal, e baseou-se no método pedagógico problematizador e dialógico de Paulo Freire, ao problematizar com os alunos as questões do cotidiano onde a publicidade de alimentos se insere, buscando dar voz aos adolescentes. Partindo da importância da problematização na construção do conhecimento e na conscientização por parte do educando, estratégias como as de Educação Popular em Saúde, que visam o diálogo entre os saberes popular e científico e valorizam a interdisciplinaridade, apresentam-se como possíveis alternativas ao modelo de educação tradicional, que valoriza apenas o saber científico e a disciplinarização. Utilizando como aporte educativo o vídeo “Comer... o fruto ou produto?”, desenvolvido por profissionais da Unicamp, procurou-se discutir a temática da influência da publicidade de alimentos nos hábitos alimentares. E a partir da exibição do vídeo e do diálogo estabelecido com os alunos, observou-se a pouca proximidade dos adolescentes com o tema, muito provavelmente pelo fato de o mesmo não ser tratado em profundidade no ambiente escolar. Esses fatos puderam levar à conclusão de que há a necessidade de debates acerca da construção de abordagens interdisciplinares, dado que os assuntos demandados pelos alunos de forma espontânea, assuntos estes, representados nas realidades vividas, para continuidade das ações educativas, sirvam para estimular o pensamento crítico e autônomo dos mesmos.

Palavras-chave: Propaganda de alimentos. Segurança Alimentar e Nutricional. Educação Popular em Saúde.

COLUÇO, Dirce Regina Simão. **PROBLEM-POSING OF FOOD ADVERTISING WITH TEENAGERS**. 2015. 66 p. Trabalho de Conclusão de Curso de graduação em Desenvolvimento Rural e Segurança Alimentar – Universidade Federal da Integração Latino-Americana, Foz do Iguaçu, 2015.

ABSTRACT

The eating behavior is influenced by several factors, among them, the influence of the publicity and advertising of foods make an important factor, which is view in this study. About the influence of the publicity, the children and young people show as an important aim to the sales strategies of the food industry, mainly, as a result, from the situation of the biopsychosocial development, where they are. In this approach, this study had as a goal to analyze the perception of the teenagers about the influence of the publicity of foods in eating habits. From this, was sought to identify the criticism and strategies pointed by the teenagers about the publicity of foods through the problem-posing experience. Therefore, 10 teenagers between 13 and 16 years old, whose were enrolled in 9th grade, were subjects in this study, they were 5 male students and 5 female students, from a state school from Foz do Iguaçu-PR. The study was conducted through interviews with focus groups, and was based on problem-posing and dialogic teaching method of Paulo Freire, to discuss with students everyday issues where the food advertising is inserted. Seeking to give a voice to the teenagers. Starting from the importance of the problem-posing in the construction of knowledge and awareness of educating strategies such as popular education in health, that aimed the dialogue between the popular and scientific knowledge and value interdisciplinarity, present themselves as alternatives to the traditional education model that values only the scientific knowledge and the disciplining. Using as an educational contribution the video “Comer... O fruto ou o produto?”, developed by professionals from Unicamp, was discussed the issue of the influence of food advertising in eating habits. And from the video display and the dialogue established with the students, there was a certain lack of interest in discussing that subject precisely because they have not been properly dealt with in the school environment. These facts could lead to the conclusion that there is a need for debate about the construction of interdisciplinary approaches, given that the issues demanded by the students are varied in order to generate the interest and to stimulate the critical thinking and independent of them.

Key words: Food advertisements. Food and Nutrition Security. Popular Education in Health.

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

ANVISA	Agência Nacional de Vigilância Sanitária
CONANDA	Conselho Nacional dos Direitos da Criança e do Adolescente
CONSEA	Conselho Nacional de Segurança Alimentar e Nutricional
DCNTs	Doenças Crônicas não Transmissíveis
DRSA	Desenvolvimento Rural e Segurança Alimentar
EBC	Empresa Brasileira de Comunicação
OPSAN	Observatório de Políticas de Segurança Alimentar e Nutrição
PPC	Projeto Pedagógico do Curso
SAN	Segurança Alimentar e Nutricional
SISAN	Sistema Nacional de Segurança Alimentar e Nutricional
UNICAMP	Universidade Estadual de Campinas
UNILA	Universidade Federal da Integração Latino-Americana

SUMÁRIO

1. Introdução.....	11
2. Capítulo I: Percurso teórico-metodológico	15
2.1. Sujeitos e local de estudo	17
2.2. Método	18
2.3. Etapas para a realização dos encontros	19
3. Capítulo II: Problematizar na saúde: uma estratégia para ações de segurança alimentar e nutricional	22
4. Capítulo III: Publicidade de Alimentos Para o Público Infanto-Juvenil: Perseguidos Desejos Percorridos Na Insegurança Alimentar.....	35
5. Capítulo IV: “Comer... O fruto ou o produto?”: Instrumento para problematização das escolhas alimentares seguras	49
6. Considerações finais	58
7. Referências bibliográficas.....	60
APÊNDICE	65

1. INTRODUÇÃO

A partir do ano de 2011 a Universidade Federal da Integração Latino-Americana (UNILA) começou a oferecer o curso Desenvolvimento Rural e Segurança Alimentar (DRSA). De acordo com o Plano Pedagógico do Curso (PPC), o curso propõe uma abordagem com enfoque interdisciplinar, permitindo a interação entre os conhecimentos científicos, técnicos e saberes populares, buscando por meio destes elementos maneiras de estimular as interações socioculturais, socioeconômicas e socioambientais.

O curso tem enfoque na temática da segurança alimentar e nutricional (SAN). O conceito de SAN se fortaleceu no Brasil com a II Conferência Nacional de SAN, realizada em Olinda no ano de 2004, e foi reforçado com a lei que cria o Sistema Nacional de Segurança Alimentar e Nutricional (SISAN), enfocando aspectos que procuram assegurar o direito de acesso regular e permanente à alimentos de qualidade e em quantidade suficiente por todos, com práticas alimentares promotoras da saúde, que valorizem e respeitem a diversidade cultural, e ainda, que sejam social, econômica e ambientalmente sustentáveis, de maneira a não comprometer outras necessidades essenciais.

Dentre as atribuições do bacharel em Desenvolvimento Rural e Segurança Alimentar estão, entre tantas outras, a de desenvolver a capacidade de interação com a realidade dos diversos grupos sociais para gerar novos processos sociais adaptados às diferentes realidades em que estão inseridos, e, além disso, conhecer e discutir políticas públicas promotoras da segurança e soberania alimentar e nutricional, defendendo a importância da colaboração da sociedade e de instituições públicas e privadas na construção de ações que visem estabelecer projetos que incluam monitoramento e avaliação, adotando uma perspectiva interdisciplinar ao considerar as dimensões sociais, políticas, econômicas, culturais e ambientais.

O curso conta com disciplinas como: “Alimentação e Cultura” e “História da Alimentação”, que contribuem para a compreensão de certos fenômenos socioculturais, como a construção social e o simbolismo, relacionados aos hábitos alimentares; bem como das transformações do consumo alimentar na contemporaneidade, considerando o papel da indústria alimentar na uniformização dos costumes. Além de contar também com disciplinas como: “Alimentos, Nutrição e Saúde”, que trata dos fundamentos básicos em alimentação e nutrição, das necessidades nutricionais constantes no Guia Alimentar brasileiro, que varia de acordo com as diferentes idades e estados fisiológicos, e dos principais problemas de saúde decorrentes de práticas alimentares irregulares; e “Políticas de Soberania e Segurança Alimentar” e “Legislação, Qualidade e Controle de Alimentos”, que tratam da importância de instrumentos, programas e ações, e meios legais que assegurem a SAN.

Considerando o enfoque do curso, torna-se evidente a necessidade de estudos mais aprofundados sobre a problemática da insegurança alimentar e nutricional, de modo a propor meios que possam colaborar com as discussões acerca da temática. Assim, pensou-se em abordar a temática envolvendo o adolescente, que faz parte de um público pouco estudado, fato que pode ser visto inclusive pelas poucas políticas públicas voltadas a este grupo.

O recorte do estudo foi escolhido considerando a importância que o ambiente escolar representa em minha formação pessoal, o que se deve à influência do contexto familiar no qual me encontro inserida, onde grande parte de meus familiares e parentes atuam ou atuaram como educadores. Dentro de tal contexto enxergo a importância que o ambiente escolar e o papel do educador possuem no desenvolvimento do indivíduo, bem como a necessidade de se trabalhar constantemente métodos de ensino-aprendizagem de modo a repensar os métodos adotados pelo sistema tradicional de ensino.

Considerando que a adolescência é um período muito curto, e é nela que se formam alguns hábitos, assim como a própria personalidade, que ainda é influenciável, percebe-se a necessidade de se intervir nesse período da vida

do ser humano, para que ele possa se desenvolver com a consciência crítica, no que diz respeito, principalmente, aos seus hábitos alimentares, já que a alimentação faz parte de nossa vida, de nosso cotidiano.

Há fortes evidências de que a publicidade influencia as preferências, os pedidos nas compras e as opiniões sobre alimentos e bebidas por parte das crianças e adolescentes. Por essas razões, surgiu a intenção de problematizar acerca do tema publicidade e propaganda de alimentos, como um instrumento mais visível e com mais efeitos sobre as crianças e adolescentes e do seu impacto nos desejos de aquisição a nível alimentar.

Ao reconhecer que essa é uma área que necessita de maior atenção, investigação e discussão em profundidade, e que a educação alimentar é essencial e envolve diferentes esferas sociais, como a família, mídia, governo e indústrias alimentícias; busca-se com este trabalho o enriquecimento do debate sobre o tema, discutindo a importância do desenvolvimento de programas de promoção de uma alimentação saudável. Neste sentido, tem-se como objetivo geral do trabalho analisar a percepção de adolescentes de uma escola pública sobre a influência da publicidade de alimentos na prática alimentar. A partir disso, tem-se como objetivos específicos identificar as críticas e as estratégias apontadas pelos adolescentes acerca da publicidade de alimentos por meio de uma vivência problematizadora e ainda problematizar o tema a partir de um vídeo educativo.

No primeiro capítulo está estruturada a metodologia empregada no presente trabalho, que foi baseada no método problematizador de Paulo Freire. A partir de uma vivência problematizadora realizaram-se três encontros com a utilização da técnica de grupo focal, onde participaram dez alunos do 9º ano de uma escola estadual de Foz do Iguaçu/PR. Tais encontros foram realizados com o objetivo de problematizar práticas alimentares e identificar as críticas expostas pelos adolescentes.

O segundo capítulo traz as definições do método de Paulo Freire no que diz respeito à prática educativa por meio da problematização e do diálogo, e também traz apontamentos sobre a importância da educação popular em saúde, tratando de discutir a melhor forma para se trabalhar com adolescentes no que se refere à temática da alimentação.

No terceiro capítulo dessa pesquisa, é abordada a temática da publicidade de alimentos como influência à má alimentação de adolescentes levando à insegurança alimentar e nutricional, bem como as consequências que essa prática irregular acarreta na nossa saúde. A educação por meio da problematização da temática da publicidade e propaganda de alimentos torna-se de fundamental importância, devendo ser tratada como elemento de identificação de fatores agravantes de doenças crônicas não transmissíveis, principalmente no que diz respeito aos alimentos com altos teores de açúcar, sódio e gordura saturada que é visto com frequência na publicidade

O quarto e último capítulo está fundamentado na exibição de um vídeo educativo: "Comer... O fruto ou o produto?". Este vídeo é utilizado como método problematizador, o qual tem como objetivo sensibilizar o adolescente e o jovem para questões além da saúde, permitindo interligações com outros temas importantes como cidadania, cultura e economia.

2. CAPÍTULO I: PERCURSO TEÓRICO-METODOLÓGICO

Este estudo, baseado fundamentalmente na capacidade de influência da publicidade e propaganda de alimentos no comportamento alimentar de adolescentes, insere-se numa metodologia qualitativa e pesquisa exploratória com o apoio da técnica de grupo focal. Para Minayo (2001), nas Ciências Sociais, o trabalho de campo se apresenta como uma possibilidade de conseguirmos para além de uma aproximação com aquilo que pretendemos conhecer e estudar, de também criar um novo conhecimento, partindo da realidade presente no campo que corresponde a um espaço mais amplo das relações. A perspectiva metodológica baseou-se em um estudo exploratório e descritivo, mediante entrevista realizada com grupos focais, na perspectiva teórica de Flick (2009), utilizando também o pensamento social de Paulo Freire para a problematização de temas relacionados à publicidade de alimentos, escolhas alimentares e a vivência dos adolescentes relacionada a estes.

A pesquisa a partir de grupos focais, segundo Flick (2009), pode permitir o acesso à participantes, que de outra maneira – como por exemplo por meio de entrevistas individuais –, poderiam os sujeitos se mostrar relutantes ao elaborarem e expressarem seus pontos de vista e experiências. Além disso, toda discussão que possa ser realizada por meio de um grupo pode ser chamada de grupo focal, desde que o pesquisador moderador seja ativo, estimulando todo o tempo a interação não somente entre ele e o grupo, mas entre os participantes que compõem o grupo. Este estímulo, para um melhor desempenho do grupo está, também, relacionado com a elaboração de roteiro e a seleção de materiais como suporte para promover a interação. No que se refere à composição do grupo, é necessário que o mesmo tenha características em comum, mas que, por outro lado apresente experiências e perspectivas diferentes para que com isso haja um estímulo ainda maior ao debate e às discussões.

Para Kitzinger (2000) apud Trad (2009), o grupo focal é uma forma de entrevistas com grupos, baseada na comunicação e na interação. Seu principal objetivo é reunir informações detalhadas sobre um tópico específico (sugerido por um pesquisador, coordenador ou moderador do grupo) a partir de um grupo de participantes selecionados. Ele busca colher informações que possam proporcionar a compreensão de percepções, crenças, atitudes sobre um tema, produtos ou serviços.

O educador, para Freire (1967), a fim de incentivar o pensamento crítico e inovador das classes mais oprimidas, de forma consciente e libertadora em sua própria realidade, por meio da problematização, deve contribuir para o alcance da efetividade dessa prática educativa à medida que estimula a participação livre e crítica dos educandos, dando voz a eles. Segundo Freire,

“não há nada que mais contradiga e comprometa a emersão popular do que uma educação que não jogue o educando às experiências do debate e da análise dos problemas e que não lhe propicie condições de verdadeira participação” (FREIRE, 1967, p.93).

Além disso, “quanto menos criticidade em nós, tanto mais ingenuamente tratamos os problemas e discutimos superficialmente os assuntos” (FREIRE, 1967, p.96). Com isso, se reforça a importância do método problematizador, para que possamos desenvolver o pensamento crítico e autônomo.

Partindo deste contexto, no que se refere ao método educacional, para que haja o diálogo entre o coordenador e os participantes, ao invés de aulas meramente discursivas, o intuito é que se trabalhe com a ideia de “círculos de cultura”, em contraposição a ideia tradicional de escola ou sala de aula. O coordenador não exerce as mesmas funções que o professor, sendo ele então o coordenador dos debates, a figura que irá estimular as discussões, não influenciar e nem impor pontos de vista. O educando se transforma, nesse caso, no participante e protagonista do grupo, diferenciando do aluno pelo fato de que as discussões e aprendizados serão associados à tomada de consciência da realidade vivida, no seu contexto social, econômico e cultural.

Segundo Monteiro e Vieira (2010), o círculo de cultura tratado por Freire tem como objetivo possibilitar uma vivência participativa dialógica, o que contribui para a construção de estratégias de ensino e aprendizagem no campo da educação em saúde.

2.1 Sujeitos e local de estudo:

Participaram do estudo, adolescentes regularmente matriculados no 9º ano, de uma escola estadual do município de Foz do Iguaçu-PR. Os adolescentes que manifestaram interesse na pesquisa receberam o Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (APÊNDICE A) uma vez que a sua participação estava condicionada à assinatura desta autorização por seus pais e/ou responsáveis. O grupo, então, foi composto por dez alunos do 9º ano no período vespertino. Os adolescentes selecionados, a partir de demanda espontânea, para participarem do grupo focal teve a seguinte composição: 5 adolescentes do sexo feminino e 5 do sexo masculino, ambos os grupos com idades 13 e 16 anos. Foram realizados três encontros nos meses de setembro e outubro de 2015. Os encontros foram realizados em horário de aula a pedido de professores da escola, os mesmos foram consultados sobre o melhor horário para a participação dos alunos nesta atividade e foi indicado o horário entre 13h30 e 15h30.

A escolha pela escola selecionada para o estudo se deu em função desta estar próxima à universidade, ambas localizadas no distrito Norte, e, sobretudo pelo fato de já haver uma parceria entre as duas instituições para o desenvolvimento de projetos e ações no âmbito da educação em saúde.

2.2 Método:

Para apoiar o debate nos encontros foram desenvolvidos roteiros para subsidiar a problematização no grupo focal, que teve o objetivo de absorver opiniões e sentimentos referentes ao tema proposto nesse trabalho, num ambiente de interação – a sala de aula –, considerando a visão de diferentes sujeitos, entre pesquisador, atuando como moderador, e participantes, sobre a temática de SAN, problematizando as influências da mídia nas escolhas e práticas alimentares utilizando o método pedagógico de Freire (FREIRE, 1967) no processo educativo.

O método Freireano estimula o debate entre os participantes, apontando para desenvolvimento da criticidade acerca da realidade vivida, permitindo que os temas abordados sejam mais problematizados que numa condição de educação transmissional, verticalizada. Patton (1990) e Minayo (2000) citados por Trad (2009), mostram que o grupo focal é baseado na interação dos participantes para se obter as informações necessárias ao estudo, o que difere da entrevista individual. Sua formação obedece a critérios previamente determinados pelo pesquisador, de acordo com os objetivos da investigação, cabendo a esse a criação de um ambiente favorável à discussão, que propicie aos participantes manifestar suas percepções e pontos de vista. Levando isso em conta, o critério para a formação do grupo foi a composição deste por adolescentes que fizessem parte do mesmo ambiente social – a mesma escola, a mesma classe. E considerando o que é recomendado por Gondim (2003), que trabalhos sobre grupos focais devem atender a um número pequeno de participantes, adotou-se também como critério a formação de um grupo com dez participantes, para que todos pudessem interagir, enriquecendo dessa forma o debate.

Foram elaborados roteiros pré-estabelecidos para cada encontro, compostos de itens como: percepção dos adolescentes em relação à alimentação adequada; conhecimentos dos adolescentes em relação à SAN; problematização do tema propaganda de alimentos; sugestões para que a

escola possa contribuir para fortalecer práticas alimentares saudáveis entre os alunos e a comunidade deste contexto; razões que levam os adolescentes a consumir alimentos (fome, desejos, publicidade e propaganda, orientação familiar, sabor...) e percepção dos alunos sobre a qualidade dos alimentos.

2.3 Etapas para realização dos Encontros.

O período estabelecido para o trabalho de conclusão de curso II, no curso de Desenvolvimento Rural e Segurança Alimentar, que considera as etapas de coleta e análise dos dados neste trabalho foi de um semestre, por isso optou-se por uma investigação com grupo focal de três encontros. Sendo assim e em acordo com a escola, realizaram-se dois encontros no mês de setembro do ano de 2015, e um no mês de outubro do mesmo ano.

1° Encontro

Data: 22 de setembro de 2015

Duração do encontro: 1 hora e 30 minutos

Tema: Início das discussões sobre propaganda de alimentos e práticas alimentares.

Neste primeiro encontro participaram todos os adolescentes convidados para apresentação da proposta do estudo, interação e formação do grupo focal. A abertura do projeto se deu com uma conversa apresentando aos alunos os objetivos da pesquisa, estimulando o grupo a falar livremente sobre alimentação, buscando conhecer deles como estão estruturadas suas bases alimentares. Por fim, os adolescentes foram estimulados a pensar sobre a publicidade de alimentos e como ela está inserida no nosso dia a dia. Nesta primeira etapa, o moderador junto ao grupo buscou situações cotidianas dos participantes que se relacionassem com a temática da publicidade de

alimentos, e quais sentimentos eram despertados quando os adolescentes problematizavam as propagandas de alimentos.

2º Encontro

Data: 24 de setembro de 2015

Duração do encontro: 1 hora e 30 minutos

Tema: Exibição de propagandas de alimentos e problematização sobre o tema

Neste encontro, onde participaram nove dos dez adolescentes convidados para a atividade, foram apresentadas propagandas de alimentos comumente veiculadas por uma emissora brasileira de canal aberto. Foram reproduzidas da Internet, pelo canal *Youtube* quatro propagandas de produtos alimentícios sobre um biscoito recheado, um refrigerante, um sanduíche e uma bebida achocolatada. A escolha por estes produtos se deu pelos diálogos realizados no encontro anterior. As propagandas foram exibidas no notebook e projetadas aos adolescentes para posterior análise.

A exibição das propagandas foi feita em uma sala pequena da escola, com luminosidade adequada para melhor visualização da projeção. Foram elaboradas questões para conhecer sentimentos, desejos, crítica dos adolescentes acerca dos alimentos propagandeados como: O que a propagando está nos dizendo? O que desperta em nós propagandas como essas? Você já consumiu esses alimentos? Como se sentiu quando consumiu este alimento? Por quê? O que esses alimentos podem causar a nossa saúde se consumidos em excesso? Por que não se faz propagandas com frutas, verduras e legumes?

3º Encontro

Data: 16 de outubro de 2015

Duração do encontro: 2 horas e 30 minutos

Tema: Exibição de vídeo educativo: “Comer... o fruto ou produto?”

No último encontro, onde participaram novamente nove dos dez adolescentes convidados, foi apresentado um vídeo educativo com duração de 14 minutos e 17 segundos. “Comer... o fruto ou o produto?” é uma produção de uma equipe da Universidade Estadual de Campinas, composta por profissionais do Laboratório de Comunicação e Educação em Saúde e do Grupo de Apoio, Aprimoramento e Atualização em Educação Nutricional da Universidade Estadual de Campinas - Unicamp, através de um projeto coordenado por Maria Cristina Faber Boog.

A partir do vídeo foram elaboradas questões com o objetivo de promover reflexão dos adolescentes sobre as práticas alimentares. Nelas se inserem: Sobre o que é o vídeo? Assistindo ao vídeo, qual foi a primeira impressão que tiveram? Qual o objetivo do vídeo? O que a população compra mais? Industrializado ou Natural? Por quê? Quais personagens vocês reconheceram no vídeo, e o que ele representa? Quais foram as imagens mais marcantes no vídeo? Será que a gente pode ser personagem desse vídeo? Será que a gente em algum momento está aí? Quem vocês acham que deveria assistir a esse vídeo? A gente pensa em quem está lucrando quando a gente compra? E quando eu como esse alimento processado, eu penso na minha saúde daqui a 30 ou 40 anos? Por que vocês acham que o filme tem esse título “Comer... o fruto ou o produto”? Por que é difícil sair da teia? Quais são as tentações que o vídeo mostra? Vocês tem interesse em continuar esses debates?

3. CAPÍTULO II: PROBLEMATIZAR NA SAÚDE: UMA ESTRATÉGIA PARA AÇÕES DE SEGURANÇA ALIMENTAR E NUTRICIONAL

Os encontros estabelecidos com os estudantes, por meio do grupo focal, basearam-se numa construção (e reconstrução) de conhecimentos através da problematização, onde, buscando-se uma concepção mais ampliada da realidade – ou seja, com análises menos parciais, considerando aspectos sociais, culturais, políticos, econômicos e ambientais que compõem a realidade –, havia um principal objetivo a ser atingido: incentivar o pensamento crítico a respeito da publicidade de alimentos e sua relação com os hábitos alimentares.

Ao buscar na “educação problematizadora” de Freire (1987) a base conceitual e metodológica para a análise proposta no presente estudo, nos deparamos, inevitavelmente, com o importante conceito de diálogo, este tão caro ao pensamento freireano. A “postura dialógica” de Freire acaba sendo de contribuição ímpar para se pensar a constituição de um modelo interdisciplinar de ensino, como mostram alguns autores (THIESEN, 2008; ROCHA, S.; ROCHA, J., 2013). Thiesen (2008), ao discutir sobre a importância da interdisciplinaridade em Freire, destaca ser essa para o autor um “processo metodológico de construção do conhecimento pelo sujeito com base em sua relação com o contexto, com a realidade, com sua cultura” (THIESEN, 2008, p.551).

A problematização como prática de construção de conhecimento consiste, então, em incentivar as pessoas a transformarem suas vidas em processos constantes e permanentes de aprendizagem. Neste estudo, o pesquisador encontra-se como o facilitador da aprendizagem, que tem como objetivo contribuir por meio de desafios em conexão com a realidade, para que os educandos desenvolvam o pensamento crítico, que pensem por si mesmos, considerando que os educandos já trazem em si uma bagagem de conhecimento natural e sociocultural. Para Paulo Freire:

Quanto mais se problematizam os educandos, como seres no mundo e com o mundo, quanto mais se sentirão desafiados. Tão mais desafiados, quanto mais obrigados a responder ao desafio. Desafiados, compreendem o desafio na própria ação de captá-lo. Mas, precisamente porque captam o desafio como um problema em suas conexões com outros, num plano de totalidade e não como algo petrificado, a compreensão resultante tende a tornar-se crescentemente crítica, por isso, cada vez mais desalienada. (FREIRE, 1987, p.40).

Problematizar traz para a realidade uma educação que maximize o ensino e a criação do hábito de propor problemas e de trabalhar a própria realidade, com base em um problema que mereça ser questionado e estudado. Desse modo, incentivar o educando a tomar consciência de seu mundo.

“A reflexão, a contextualização, a socialização de ideias, a análise de acontecimentos, [...] valoriza, sobretudo, a liberdade de expressão, a exposição de questionamentos e a busca pela resolução de problemas” (SOUSA et al, 2013, p.3).

Ao observar uma realidade e extrair um problema que mereça maior atenção, não existe resposta pronta ou direta, é necessário se pensar através de uma abordagem interdisciplinar, pois os fatores que influenciam e compõem a realidade são variados. Com isso, faz-se necessário abster-se de respostas prontas e preocupar-se mais em criar desafiantes perguntas, o que ajudará os educandos na busca por respostas boas e criativas, onde refletirão sobre possíveis causas de tal problema e então trabalharão as maneiras de solucionar e assim praticar a intervenção que melhor se encaixe em determinada realidade. Com isso, tem-se a intenção de despertar no educando o papel que ele deve exercer na sociedade, sendo o cidadão que poderá transformar a realidade para melhor. “A problematização deve considerar o sujeito da intervenção [...] como ator social de transformação na busca pela transparência e aprimoramento do próprio existir humano social de seus alunos” (SOUSA et al., 2013, p.3).

Quanto à importância da interdisciplinaridade no que diz respeito à problematização, essa pode ser encontrada, ainda que de um modo implícito, na produção de Paulo Freire (ROCHA, S.; ROCHA, J., 2013). O conceito de interdisciplinaridade não desenvolvido, mas subentendido na obra de Freire, pode ser encontrado a partir da proposta de uma abordagem que supere a concepção fragmentária de conhecimento e a disciplinarização, rompendo assim com o modelo tradicional de organização didática.

Para Freire, o conhecimento transmitido por tal modelo didático disciplinador se distancia cada vez mais da realidade, esta extremamente complexa, estruturada por inúmeras variáveis e constantemente em movimento e em construção. Assim, encontra-se no cerne da produção do autor, em oposição ao que ele chama de “educação bancária” – modelo didático tradicional em que o educador ‘deposita’ o conhecimento no educando, sendo este supostamente desprovido de seus próprios pensamentos –, uma concepção de “educação libertadora” ou “problematizadora”, esta que encontra na “pedagogia dialógica” e na proposta de análise não fragmentadora, ou seja, numa proposta interdisciplinar, a contribuição necessária para a projeção de um cenário que estimule a problematização. Segundo Freire (1987), “a concepção e a prática ‘bancárias’ [...] terminam por desconhecer os homens como seres históricos, enquanto a problematizadora parte exatamente do caráter histórico e da historicidade dos homens” (FREIRE, 1987, p.42). O autor também afirma que:

O antagonismo entre as duas concepções, uma, a “bancária”, que serve à dominação; outra, a problematizadora, que serve à libertação, toma corpo exatamente aí. Enquanto a primeira, necessariamente, mantém a contradição educador-educandos, a segunda realiza a superação. Para manter a contradição, a concepção “bancária” nega a dialogicidade como essência da educação que se faz antidialógica; para realizar a superação, a educação problematizadora [...] afirma a dialogicidade e se faz dialógica. (FREIRE, 1987, p.39).

Sobre a proposta de educação dialógica e problematizadora freireana, esta constitui, segundo Sheila Rocha e João Rocha (2013), “uma eficiente

oposição aos modelos positivistas”, estes que “através da fragmentação da análise da realidade, impossibilitam a compreensão da totalidade, e por isso, a projeção de uma realidade diferente, os inéditos viáveis” (ROCHA, S.; ROCHA, J., 2013, p.2). Esses inéditos viáveis

[...] seriam as respostas dos homens através de sua ação histórica no mundo e com o mundo. Perpassa a ideia que temos de educação a convicção na possibilidade de transformação da realidade, em Freire concebida enquanto superação de situações-limites através dos inéditos viáveis e da conscientização, vista pela tomada de consciência inseparável da ação transformadora da realidade. (ROCHA, S.; ROCHA, J., 2013, p.3).

Através então da interdisciplinaridade e da educação dialógica e problematizadora, torna-se importante buscar o que Freire, em sua obra *Pedagogia do Oprimido*, como afirmam Sheila Rocha e João Rocha (2013), julga ser vital: a conscientização sobre a situação de oprimido em que se encontra o ser humano, o que, segundo o autor, pode contribuir para a sua “libertação”. A partir então dessa perspectiva

[...] o processo educativo tem, prioritariamente, a função de legitimar o sonho de transformação da realidade, passando pelo desenvolvimento intelectual pleno do educando. A concepção de desenvolvimento pleno está associada e integra a capacidade de reconhecer e superar situações-limites, definidas por Freire como freios, obstáculos a libertação. (ROCHA, S.; ROCHA, J., 2013, p.3).

Partindo de tal concepção, a educação fragmentária então apresenta-se insuficiente para a compreensão da dimensão complexa da realidade, não permitindo a superação das “situações-limites” das quais trata Freire. Esses obstáculos, como tratados pelo autor, podem ser transpostos a partir de práticas de ensino que reconheçam e valorizem a importância do diálogo entre os diversos campos do conhecimento, que reconheçam a importância da interdisciplinaridade.

A partir do final do século XX, no que tange aos estudos sobre metodologia de ensino, o conceito de interdisciplinaridade acaba se desenvolvendo como movimento contrário à disciplinarização. Ainda que se reconheça a importância histórica e os avanços proporcionados pelo modelo positivista de disciplinarização e fragmentação do saber científico em domínios específicos,

[...] da exploração do cosmos ao desenvolvimento da robótica, tais conquistas não têm possibilitado ao homem a compreensão de fenômenos complexos, tais como a pobreza extrema, a violência, o analfabetismo funcional, sugerindo a necessidade de um rompimento disciplinar, através do diálogo, da interdisciplinaridade” (ROCHA, S.; ROCHA, J., 2013).

A análise proposta pelo presente estudo busca justamente firmar-se num amplo campo interdisciplinar, onde a problematização envolve desde aspectos de saúde pública e SAN, até aspectos psicossocioculturais que influenciam as escolhas alimentares, considerando principalmente o poder de persuasão de estratégias publicitárias voltadas à venda de produtos alimentícios ao público infanto-juvenil. Espera-se, com isso, contribuir para o debate acerca da problematização nas práticas de ensino em saúde.

No período da adolescência é que acontecem diversas mudanças, sejam elas físicas, psicológicas ou biológicas. Essas mudanças concretizam o estilo de vida que possivelmente influi nas condições de saúde na fase adulta (CAMPOS, 2012). Portanto, como afirma Campos a respeito da obesidade na adolescência e seus principais fatores determinantes, referenciando o estudo de Enes e Slater (2010), “corrigir os erros alimentares, o mais breve possível, nesta faixa etária representa uma medida de prevenção das doenças crônicas” (CAMPOS, 2012, p.21).

É dado que a obesidade, entre outras doenças crônicas não transmissíveis (DCNTs) relacionadas à má alimentação, ou a insegurança alimentar e nutricional, vem crescendo na população infanto-juvenil. Assim, questionam-se os baixos conteúdos em nutrientes e os elevados teores de

gorduras, açúcares e sal de produtos alimentares especificamente orientados aos mesmos e veiculados na mídia. Hawkes (2006) tem sugerido que o marketing e, com mais efeitos sobre as crianças, a publicidade televisiva de tais alimentos, contribuem sim para um ambiente de obesidade, tornando as escolhas saudáveis mais difíceis. Estes alimentos são, entre tantos outros, os refrigerantes e bebidas refrigeradas, *fast-foods*, cereais açucarados, aperitivos com elevado teor de sal (batatas fritas de pacote, salgadinho) e alimentos panificados industrializados. Assim, fica claro que a veiculação das propagandas desses alimentos direcionadas a crianças contribuem de maneira contrária à SAN. Campos (2012), ao referenciar estudo sobre hipertensão e fatores associados em adolescentes escolares, afirma que

Um dos grandes problemas que frequentemente está acometendo crianças e adolescentes é o sobrepeso e a obesidade. Episódios que acarreta na fase adulta doenças como hipertensão, diabetes tipo 2, dislipidemia, hipertrofia ventricular esquerda, esteatose hepática, entre outras que agora tem seu diagnóstico na infância e na adolescência (CAMPOS, 2012, p.19).

Estudos como o de Oliveira et al. (2003), procuram relacionar a obesidade infantil com o aumento do sedentarismo em decorrência do tempo de uso de aparelhos eletrônicos que oferecem entretenimento, como televisão, computador, *videogames*, etc., contribuindo para a diminuição da atividade física; além também do fato da diminuição do consumo de determinados alimentos essenciais para uma dieta equilibrada, como frutas, hortaliças e legumes, e a maior acessibilidade a alimentos industrializados ricos em açúcares, gorduras e sódio. Dessa maneira, atestando a extrema complexidade que há no que diz respeito à problemática da influência que o meio exerce sobre os hábitos alimentares da população infanto-juvenil.

Nessa perspectiva, percebe-se que a obesidade constitui um problema de saúde pública onde fatores de ordem social contribuem para sua ocorrência, sendo que “intervenções com adolescentes encontram condição

biopsicossocial complexa que exige que se trabalhe com abordagens amplas que considerem os determinantes culturais e sociais do problema” (RODRIGUES; BOOG, 2006, p.923-924).

Na intervenção realizada no estudo de Rodrigues e Boog (2006), adotou-se a abordagem problematizadora, esta que, segundo as autoras, “consiste na busca ativa pelo educando do desvelamento dos mecanismos de opressão, de forma que ele venha a empreender esforços para lograr melhor condição de vida, emancipação, defesa da existência digna e autonomia” (RODRIGUES; BOOG, 2006, p.924). A inserção da problematização se dá com o intuito de estimular “o adolescente para uma reflexão crítica, por meio da qual ele possa compreender a influência macro e micro social na instalação e manutenção da obesidade” (RODRIGUES; BOOG, 2006, p.924).

Sobre as percepções do que vem a ser uma alimentação equilibrada ou “saudável”, é comum ver-se reproduzido, mesmo por profissionais da saúde, ideias equivocadas sobre o que é *comer certo* ou *comer errado*. A partir disso, como mostram Rodrigues e Boog, “a problematização consiste na ruptura desse padrão dicotômico de pensamento, de forma que o adolescente passe a perceber que não existem apenas duas formas de alimentar-se” (RODRIGUES; BOOG, 2006, p.925-926).

O desenvolvimento de “estratégias de enfrentamento” passa a ser um dos objetivos principais buscados pela abordagem problematizadora, e “em alguns casos, a estratégia de enfrentamento é a própria percepção dos mecanismos de manipulação do comportamento alimentar empregados pela propaganda” (RODRIGUES; BOOG, 2006, p.926). Assim, a conscientização sobre a sua situação enquanto dependente de um sistema manipulador consumista, possibilita ao jovem construir uma crítica mais racional sobre os fatores que vêm influenciar seus hábitos alimentares.

Porém, a dificuldade encontrada ao se utilizar a abordagem problematizadora sobre essa temática em específico, reside na complexidade

com que tal tarefa se apresenta aos adolescentes, “demandando a necessidade de pensar, de refletir questões que, até então, eles consideravam atribuições exclusivas do profissional, pois as suas condutas seriam aquelas determinadas pelos membros da equipe de saúde” (RODRIGUES; BOOG, 2006, p.928). Dessa maneira, a discussão (ou rediscussão) sobre métodos de educação em saúde emerge como de vital importância, principalmente para se pensar em abordagens alternativas que devam ser adotadas pelos profissionais da área para a superação dessas dificuldades que se apresentam.

No que diz respeito à saúde da população infanto-juvenil, atualmente essa “tem representado um desafio para profissionais de diversas áreas, que, por meio de atuação multidisciplinar, buscam implementar uma metodologia eficaz para o atendimento desse segmento populacional” (RAPOSO, 2009, p.127). Assim, levando em consideração a prática da problematização como construção de conhecimento, vê-se a necessidade de aplicá-la para a educação em saúde, pois como afirma Boog (et al. 2000, p.282), vários são os inconvenientes apresentados por uma abordagem educativa convencional, fundamentada apenas na transmissão de informações. Assim, essa prática de ensino convencional acaba demonstrando-se insuficiente para motivar mudanças significativas nos hábitos que envolvem saúde, justamente por não os problematizar considerando a realidade na qual o indivíduo está inserido.

Nesse sentido, as pesquisas que apresentem a oportunidade de reunir saberes interdisciplinares e que procurem identificar, nas comunidades, quais as formas mais adequadas para a prevenção e a promoção da saúde de seus moradores, enquadram-se nesse novo rol de investigação científica interessada em romper com antigos paradigmas investigativos e buscar uma compreensão mais ampla acerca do meio ambiente, das ações humanas e suas consequências e, sobretudo, do ser humano (TORREZAN; GUIMARÃES; FURLANETTI, 2012, p.117).

Torrezan; Guimarães e Furlanetti (2012) tratam do tema da saúde comunitária e a importância da problematização por meio do diálogo, e, utilizando-se da metodologia da pesquisa-ação, realizaram um estudo sobre

processos educativos comunitários em saúde, este desenvolvido em ação conjunta com uma comunidade periférica de um município do Estado de São Paulo. A partir da implementação do estudo, os autores afirmam ser

[...] por meio do diálogo que surgem as oportunidades de reflexão coletiva acerca de problemas vividos por todos, que são a base do desenvolvimento de relações sociais mais harmônicas [...] [e também] o caminho para a constituição de cidadãos e cidadãs mais participativos, mais críticos e, principalmente, mais ativos diante de sua realidade. (TORREZAN; GUIMARÃES; FURLANETTI, 2012, p.120-121)

Observa-se também, a partir desse estudo, que quando há diálogo e reflexão sobre um tema em um determinado grupo, o que conduz as ideias acaba sendo a reflexão acerca da própria realidade em que as pessoas do grupo estão inseridas, da condição destas dentro da sociedade, assim, evidenciando-se ser esta a “causa de determinado fator vir a constituir um ‘problema’” para as pessoas desse grupo. A partir disso, também acabam conscientizando-se de que determinados fatores não constituem, ao menos não da mesma maneira, um problema para outras pessoas não conhecedoras da realidade do grupo, principalmente para as que se encontrem em condições socioeconômicas mais privilegiadas (TORREZAN; GUIMARÃES; FURLANETTI, 2012, p.121).

Objetivando tratar da complexa realidade e do cotidiano vivido pelas classes populares, autores como Vasconcelos (2008), por exemplo, segundo Gomes e Merhy (2014), defendem um modelo de “Educação Popular” como modo de “redefinir as relações que os profissionais desenvolvem entre as diversas disciplinas que dominam com a realidade onde estão tentando intervir” (GOMES; MERHY, 2014, P.1433), sendo assim necessária, para tal modelo de educação popular, a integração de novas perspectivas metodológicas. Vê-se, dentro dessa discussão acerca da Educação Popular, uma certa influência freireana. Segundo Maciel (2011)

[...] falar em Educação Popular é falar impreterivelmente do legado do Educador Paulo Freire (1921-1997) que trouxe

importantes reflexões sobre os sujeitos postos à margem da sociedade do capital. Por entender as classes populares como detentoras de um saber não valorizado e excluídas do conhecimento historicamente acumulado pela sociedade, nos mostra a relevância de se construir uma educação a partir do conhecimento do povo e com o povo provocando uma leitura da realidade na ótica do oprimido, que ultrapasse as fronteiras das letras e se constitui nas relações históricas e sociais. Nesse sentido, o oprimido deve sair desta condição de opressão a partir da fomentação da consciência de classe oprimida. (MACIEL, 2011, 328).

Essa concepção de Educação Popular, “fundamentada na metodologia emancipadora de Paulo Freire, torna-se referência de novas práticas” (OLIVEIRA et al., 2014, p.1391). Dentre essas novas práticas, vale citar a importância da emergência – no contexto da Reforma Sanitária, na década de 1970 –, a partir da insatisfação dos trabalhadores da área da saúde e de sua consequente busca por um rompimento com o formato autoritário que caracterizava a relação entre os serviços e a população, do movimento de Educação Popular em Saúde.

Com efeito, estes se deslocam dos espaços institucionais para as comunidades urbanas e rurais, aproximando-se das classes populares e dos movimentos sociais locais. Tal aproximação favoreceu a interação dos trabalhadores com o cotidiano das comunidades e a compreensão do processo de adoecimento e cura sob a ótica popular. Essa visão requer dos trabalhadores a busca de uma reorientação das suas práticas, com vistas a enfrentar os problemas de saúde identificados, em conjunto com a população (OLIVEIRA et al., 2014, p.1390-1391).

Quanto à concepção de Educação Popular em Saúde, esta implica uma contraposição e uma crítica ao formato tradicional da Educação em Saúde” formato esse que “tem sido um instrumento de dominação, de afirmação de um saber dominante, de responsabilização dos indivíduos pela redução dos riscos à saúde” (ALBUQUERQUE et al., 2004, p. 260 apud BORNSTEIN et al., 2014, p.1335).

Adversamente à educação tradicional, a educação popular em saúde se contrapõe àquele autoritarismo da cultura

individualista e dominadora e ao modo tradicional de conceituar, técnica e politicamente, intervenções na área de saúde, lutando pela transformação das relações de subordinação em favor da autonomia, da participação social e da interlocução de saberes e práticas (STOTZ, 2004 apud OLIVEIRA et al., 2014, p.1391).

Considerando-se então a importância da “construção conjunta do conhecimento e o diálogo entre diferentes saberes”, a Educação Popular em Saúde “propõe que se parta da escuta do outro e da valorização dos seus saberes, potencializando o encontro com a diversidade” (BORNSTEIN et al., 2014, p.1335). Assim, segundo Bornstein et al. (2014), reconhece-se a experiência prévia dos sujeitos, o que acaba contribuindo para a identificação das situações-limites que compõem sua realidade e, conseqüentemente, das potencialidades necessárias para a transformação e superação dessas situações-limites ou obstáculos impostos socialmente.

A Educação Popular pode ser entendida como uma proposta que dialoga com a perspectiva ampliada da promoção da saúde, fundamentada no exercício de enfrentamento dos determinantes e condicionantes do processo saúde-doença. Ou seja, uma perspectiva de atuação pautada pela valorização da vida humana e pelo diálogo revelador dos processos de desigualdade e injustiça social, potencialmente adoecedores (BORNSTEIN et al., 2014, p.1336).

E conforme Vasconcelos (2004), citado por Oliveira et al. (2014), a Educação Popular “serve tanto para a formação da consciência sanitária como para a democratização radical das políticas públicas”, e implica em “um estilo de comunicação e ensino e um instrumento de gestão participativa da ação social”. Assim, segundo Oliveira et al. (2014), “a educação popular em saúde deve ser concebida como habilidade de reorientação das práticas de saúde, superando a distância cultural entre os serviços e a população assistida de modo participativo e dialógico” (OLIVEIRA et al., 2014, p.1391).

No estudo de Oliveira et al. (2014), a partir de observações feitas acerca de ações educativas em saúde, constatou-se “a predominância do modelo

hegemônico, evidenciando-se a difusão de informações, procedimentos e a persuasão das pessoas para adotarem comportamentos saudáveis” (OLIVEIRA et al., 2014, p.1395).

Nesse contexto, o ser humano é percebido como o responsável pela sua saúde e o culpado por sua doença. Isso demonstra a desconsideração do fato de ele estar inserido em relações culturais, políticas e econômicas, que determinam e condicionam seu modo de vida. Se essas condições não são problematizadas, as práticas educativas, conseqüentemente, não contribuem para a tomada de consciência passível de levar a uma ação transformadora (OLIVEIRA et al., 2014, p.1395).

E, segundo os autores, a partir das intervenções, estas fundamentadas na metodologia de educação popular, “houve maior autonomia, protagonismo, participação popular, confirmando o potencial dessa metodologia para favorecer a participação dos usuários e o diálogo entre o saber científico e o popular” (OLIVEIRA et al., 2014, p.1397).

A partir de tudo o que foi exposto, fica evidente a necessidade de utilização do método problematizador e dialógico na educação em saúde, pois apresenta-se como essencial para o trato da temática procurar dar voz e escutar as crianças e os adolescentes, buscando uma maior interação do conhecimento com a realidade em que estes estão inseridos. No que diz respeito a isso, há algumas divergências, pois

[...] há a corrente que defende que a criança não tem capacidade de discernimento do que é publicidade e, portanto, não teria capacidade de se defender do apelo ao consumo, e há a corrente que defende a autorregulamentação para que não haja abuso por parte dos anunciantes, mas que não haja proibição de publicidade, sob os argumentos de que a criança é um ser em desenvolvimento, mas que não é incapaz e que não será possível “desligar” todos os meios de comunicação ao redor da criança, não apenas a televisão, mas também a internet, as vitrines, as casas dos amigos, o pátio da escola. (DE PAULA, 2013, p.70).

Percebe-se que ambas as correntes, tanto a que se apresenta a favor da regulação do Estado quanto a que defende a autorregulamentação, não atribuem, em nenhum dos casos, a importância devida ao sujeito em questão, à criança ou ao adolescente, no que diz respeito ao seu poder de voz. Presumem, assim, que crianças e adolescentes possuem menor capacidade de discernimento, contrariando a definição do Conselho Nacional dos Direitos da Criança e do Adolescente (CONANDA), que os considera “como pessoas em desenvolvimento, entendendo que [esses] ainda estão em processo de aprendizado” (DE PAULA, 2013, p.70), não sendo, portanto, seres incapazes.

O método problematizador e dialógico, tomado a partir de uma perspectiva freireana, pode ser então adotado, como procurou-se demonstrar neste capítulo, como um meio de contornar as dificuldades impostas pelo modelo tradicional de ensino-aprendizagem, principalmente por “[englobar] a construção autônoma de estratégias e ações que se identificam com a realidade e história de vida do sujeito” (RODRIGUES; BOOG, 2006, p.925). Assim, tal método apresenta-se como uma importante estratégia para se alcançar os objetivos propostos no presente trabalho, por basear-se, principalmente, em uma postura que valoriza a capacidade de construção de conhecimento por parte do público infanto-juvenil, e que procure estimular tal processo de construção de conhecimento através do diálogo e da prática problematizadora.

4. CAPÍTULO III: PUBLICIDADE DE ALIMENTOS PARA O PÚBLICO INFANTO-JUVENIL: PERSEGUIDOS DESEJOS PERCORRIDOS NA INSEGURANÇA ALIMENTAR

Para o Conselho Nacional de Segurança Alimentar e Nutricional (CONSEA), situações de insegurança alimentar e nutricional podem ser detectadas a partir de diferentes tipos de problemas como a fome, obesidade, doenças associadas à má alimentação e ao consumo de alimentos de qualidade duvidosa ou prejudicial à saúde.

“A segurança alimentar e nutricional consiste na realização do direito de todos ao acesso regular e permanente a alimentos de qualidade, em quantidade suficiente, sem comprometer o acesso a outras necessidades essenciais, tendo como base práticas alimentares promotoras da saúde que respeitem a diversidade cultural e que sejam ambiental, cultural, econômica e socialmente sustentáveis” (Art. 3º da lei 11.346, CONSEA, 2004, p.4).

A partir disso, vê-se a necessidade de uma análise cautelosa da propaganda televisiva de alimentos, pois no que diz respeito àquelas que veiculam um produto de baixo teor nutricional, elevados índices de açúcares, gorduras e sódio, há grandes chances do desencadeamento de uma série de problemas em relação à dieta diária nutricional das pessoas, prejudicando os hábitos alimentares de crianças e adultos. Estes por sua vez acarretam à má alimentação, ou seja, uma pobre dieta nutricional e, conseqüentemente, à insegurança alimentar e nutricional. Assim, o CONSEA (2015), em estudo, aponta que a rotulagem e a publicidade de alimentos, ao invés de informar ao consumidor as propriedades existentes nos produtos, são utilizadas pelas indústrias como estratégias de manipulação, de convencimento para elevar as vendas, e assim o lucro, e com isso apresentam impasses para garantir a SAN.

Segundo uma matéria sobre publicidade de alimentos direcionada ao público infantil, publicada no portal da Empresa Brasileira de Comunicação

(EBC) em 2013, 50% da publicidade dirigida para as crianças aborda a questão de alimentos. E a partir deste percentual, mais de 80% dos produtos não são de fato saudáveis. Estes dados foram apresentados pela senadora Ana Rita (PT-ES), e contribuíram para sua argumentação na audiência pública que debateu a regulação da publicidade de alimentos dirigida a crianças.

Uma outra pesquisa que aborda a problemática da publicidade e propaganda de alimentos, feita pelo Observatório de Políticas de Segurança Alimentar e Nutrição (OPSAN) da Universidade de Brasília, a partir da análise de mais de 100 mil anúncios publicitários, estes coletados no período de um ano entre 2006 e 2007, verificou que dentro do total desses anúncios transmitidos pela rede de televisão brasileira 72% correspondem a produtos alimentícios. Constatou-se também, entre esses, a predominância de anúncios publicitários sobre as cinco seguintes categorias de produtos: *fast-food*; “guloseimas” e sorvetes; refrigerantes e sucos artificiais; salgadinhos de pacote; e biscoitos e bolos (OPSAN, 2009).

A legislação sanitária que regula a propaganda de alimentos tem como objetivo proteger a população das propagandas que possam confundir as reais características do alimento divulgado. Como consta na Resolução RDC nº- 24, de 15 de junho de 2010,

“a alimentação saudável deve ser entendida, conforme o Guia Alimentar para a População Brasileira, como o padrão alimentar adequado às necessidades biológicas e sociais dos indivíduos de acordo com as fases do curso da vida” (BRASIL, 2010, não pag.).

E para a promoção e o incentivo de hábitos alimentares mais saudáveis, é necessária a mobilização de instâncias de ordem pública e privada. Considerando que a lei por si só não é capaz de garantir aquilo que prevê, faz-se necessária a participação ativa da sociedade e do governo no sentido de se construir meios que garantam uma alimentação de qualidade, e assim

combater a insegurança alimentar e nutricional que se faz presente devido a hábitos alimentares irregulares.

A utilização de um mundo de diversão, aprendizado e entretenimento, associados a propagandas repletas de personagens infanto-juvenis, cores e imagens, torna-se um atrativo praticamente irresistível. Assim, se essa postura industrial abusiva não for corrigida, abriremos caminho a fatores de risco para inúmeras doenças na fase adulta e na geração futura, além de reforçarmos a insegurança alimentar e nutricional, sendo que, como aponta Maluf, “o objetivo da segurança alimentar implicaria combinar [...] divulgação de informações ao consumidor sobre práticas alimentares saudáveis e possíveis riscos à saúde, mediados pelo alimento”. (MALUF et al., 1996, p.71).

Uma das principais problemáticas que merece atenção se refere aos tipos de alimentos consumidos pela população, distante do modelo da pirâmide alimentar adequado previsto no Guia.

A pirâmide indica o consumo diário de muitos produtos perecíveis, o que significa pouco prazo de validade, como o caso de frutas, verduras, leite, etc. Sabe-se que o preço deste tipo de produto é variável, seguindo as tendências da safra, dos insumos. (SANTOS, 2007, p.107).

Contrário a isso, os hábitos alimentares da população brasileira vêm se alterando nas últimas décadas, em virtude das transformações no cotidiano de vida e de trabalho das pessoas, seja pela industrialização crescente, pelas propagandas e marketing, ou mesmo pelo pouco tempo disponível que hoje as pessoas possuem em função das inúmeras atividades agregadas. Estes fatores contribuem cada vez mais para ampliar e reforçar a compra e consumo de alimentos industrializados e a realização de refeições fora do domicílio, muitas vezes em busca da praticidade, sendo esses qualitativamente inadequados, o que reforça a insegurança alimentar.

Os alimentos que são veiculados na mídia, ou aqueles que são apelativos, diferem consideravelmente daqueles indicados pelo guia alimentar

voltado para a população brasileira. Percebe-se aí a influência do consumo de um mesmo tipo de alimento, reforçando o consumo de alimentos inseguros em detrimento de uma alimentação mais equilibrada e mais diversificada, o que provavelmente irá ocasionar os diversos tipos de doenças relacionados à má alimentação.

De acordo com estudo realizado pelo Ministério da Saúde, em 2006, é possível perceber que a tendência no padrão alimentar nas três últimas décadas nos mostra que os alimentos tradicionais na dieta do brasileiro, como o arroz e o feijão, tiveram redução considerável de consumo, enquanto a aquisição de produtos industrializados, como biscoitos e refrigerantes, aumentou em cerca de 400% (ANVISA, 2010). Tais alimentos industrializados, segundo Pollan (2008), não passam de substitutos extremamente processados com aspecto de comida.

Com tudo isso, as crianças e os adolescentes têm sido expostos cada vez mais cedo a esse tipo de alimentação. Isso talvez seja pela falta de interesse desses no que diz respeito a alimentos saudáveis, já que o que é transmitido pela publicidade e propaganda de alimentos muitas vezes traz uma ideia equivocada do que é ou não saudável; ou talvez seja, em muitos casos, pelo aumento da jornada de trabalho dos pais, o que pode impossibilitar um possível acompanhamento, por parte desses, na formação dos hábitos alimentares dos filhos; ou ainda, talvez possa-se afirmar, pela escassez de opções saudáveis nas escolas.

Quanto a esses fatores – falta de interesse, jornada de trabalho dos pais e escassez de opções –, que talvez possam ser considerados como de grande importância na formação de hábitos alimentares de crianças e adolescentes, esses puderam ser observados, por exemplo, nos encontros feitos com os estudantes. A partir das entrevistas por meio de grupo focal, observou-se que grande parte dos adolescentes atribuem a tais fatores a causa de seu comportamento e hábito alimentar. A perguntas como “*Como você considera ser sua alimentação?*”, a maioria respondeu afirmando ser esta “desregulada”,

ou “não controlada”, muitos atribuindo a causa dessa “desregulação” à simples falta de interesse – ou seja, não atribuindo a devida importância ao consumo de alimentos mais saudáveis ou a uma alimentação mais equilibrada –, ou em alguns casos à relação com a família, à jornada de trabalho dos pais – com a ausência destes em determinados horários, resultando na falta de refeições diárias em casa, como almoço, por exemplo. Quanto ao problema da escassez de opções, sendo essa principalmente no ambiente escolar, muitos afirmaram preferirem consumir os produtos disponibilizados pela cantina, onde comercializam alimentos em sua maioria industrializados.

Considerando que a infância é a fase onde se formam os hábitos alimentares, o público infanto-juvenil se torna alvo em decorrência de sua posição vulnerável, pois se encontra em desenvolvimento biopsicossocial (CONSEA, 2015). A forma de poder da mídia hoje é a forma persuasiva, do convencimento e da sedução. No caso das crianças e adolescentes, esse poder é ainda maior, dado que elas se encontram em fase de desenvolvimento intelectual, bem como o desenvolvimento do senso crítico.

Não são raros os estudos que abordam a problemática da influência da publicidade e propaganda de alimentos no consumo infanto-juvenil. E, sendo fato que crianças e adolescentes estão passando mais tempo em frente à televisão – bem como a outros meios de comunicação e informação que ofereçam entretenimento – do que se exercitando, seja praticando algum tipo de atividade física ou mesmo brincando, existem estudos que, por exemplo, sugerem que a programação assistida exerce influência significativa na formação de hábitos alimentares. Tal fato, considerando o tipo de abordagem publicitária e propagandística da indústria de alimentos, bem como os tipos de produtos que são comercializados, contribui de maneira crescente à incidência de sobrepeso e obesidade nesta faixa etária, e ainda outras doenças não transmissíveis (HAWKES, 2006; SANTOS; BATALHA, 2007; CARVALHO, 2009; MOURA, 2010; MATTOS et al, 2010).

A estratégia publicitária se dá de forma apelativa, através de personagens infanto-juvenis, disponibilização de brindes e desenhos animados em meio a imagens possuídas de cores fortes e chamativas, além disso, distribuídas de forma privilegiada nos comércios, estrategicamente sedutora. Partindo de tal perspectiva, constitui-se um fator de extrema importância para o presente estudo analisar o grau de influência da publicidade, já que esta

[...] cumpre a sua missão quando contribui para levar ao consumidor através de um ou mais níveis de comunicações: o conhecimento da existência do produto; a compreensão de suas características e vantagens; a convicção racional ou emocional de seus benefícios e, finalmente, a ação que conduz uma venda (SANT'ANNA, 1989, p.78 apud VILLAGELIM, 2009, p.22).

Vale ressaltar que a influência da publicidade e propaganda de alimentos não se dá apenas por meio da televisão. Como afirma Spaniol (2011, p. 7), “inúmeras são as estratégias utilizadas para a promoção publicitária de produtos alimentícios para o público infantil, dentre elas incluem-se o nome, a embalagem e seus inúmeros formatos e funções, a logomarca e as imagens”. São muitos os veículos utilizados para a ação publicitária. Atualmente, talvez um dos mais importantes, além da televisão, seja a internet.

Os adolescentes que participaram do estudo possuem o questionável hábito de comer em frente à televisão, além de outros instrumentos tecnológicos, como o celular e o computador, geralmente conectados à rede de internet, o que segundo Campos (2012) é um fator que tanto contribui para um aumento do consumo de alimentos como influência na modificação dos hábitos alimentares.

Pois a mídia é, se nada mais, cotidiana, uma presença constante em nossa vida diária, enquanto ligamos e desligamos, indo de um espaço, de uma conexão midiática, para outro. Do rádio para o jornal, para o telefone. Da televisão para o aparelho de som, para a Internet. Em público e privadamente, sozinhos e com os outros. (SILVERSTONE, 2005, p.20 apud DE PAULA, 2013, p.20).

Uma das adolescentes entrevistadas quando questionada sobre sua rotina alimentar, mostra como os instrumentos midiáticos fazem parte de seu cotidiano:

"[...] eu almoço com o celular na mão, na frente da tevê e com o computador do lado" (AL, fem, 14 anos).

Outra adolescente, ao ser questionada se faz refeições à mesa, afirma também que muitas vezes faz as refeições em frente à TV e com um aplicativo de comunicação instantânea ativo no celular:

"É, na frente da TV [...] Na verdade eu nem assisto, só fico no celular né, mais no whatsapp". (V, fem, 14 anos).

Para outro:

[comer na frente da tevê] passa o tempo! (A, masc, 13 anos).

Dos dez alunos participantes, apenas uma aluna não possui celular com o mesmo aplicativo, essa considerada esquisita pelos demais colegas, pelo fato de não seguir o mesmo padrão. A mesma aluna é a única que relata fazer as refeições à mesa com a família sem nenhum tipo de aparelho tecnológico de comunicação envolvido, e que tal atitude faz toda diferença:

[...] "porque a gente no maior tempo, a gente não tá junto, porque cada um a gente tem uma coisa pra fazer, daí a gente não fica junto. Só na hora das refeições a gente fica juntos. (P, fem, 13 anos).

Tal exposição associada à enorme quantidade de publicidade direcionada a esse público faz com que as indústrias alimentícias vejam as crianças e adolescentes como potenciais consumidores, e mais ainda, pela grande influência que as mesmas possuem no momento de compra. Como destacado em uma matéria no site do Tribunal de Justiça do Estado da Bahia (TJBA), de 2013, com a temática de defesa da regulação da publicidade dirigida às crianças, Veet Vivarta aponta que a publicidade de alimentos que não são 'saudáveis', e ainda de outros produtos que não alimentícios,

direcionados a esse público, não atua em prol da sociedade, mas a partir de interesses privados. As crianças, segundo Vivarta, têm seu sistema cognitivo frágil, ainda em desenvolvimento, e as técnicas de persuasão vencem as poucas barreiras de defesa que elas possuem. E ressalta, que o problema de se comparar a criança a um adulto é, de certo modo, a limitada capacidade que as crianças apresentam de reconhecerem o caráter promocional e de julgamento entre uma propaganda e as características reais dos produtos.

No que se refere às normas existentes para regulação da publicidade, o Conselho Nacional dos Direitos da Criança e do Adolescente (Conanda) editou a Resolução 163 de 13 de março de 2014, onde trata a abusividade do direcionamento de publicidade e de comunicação mercadológica à criança e ao adolescente, que fazem uso de técnicas persuasivas ao público infanto-juvenil, incentivando o consumo de produtos e serviços, assim como também aquelas realizadas em ambientes escolares, como uniformes e materiais didáticos. Por outro lado, fica em aberto quando fizerem parte de campanhas sobre boa alimentação, segurança, educação, saúde, entre outros itens relativos ao melhor desenvolvimento (CONSEA, 2015).

O cenário atual corresponde a um campo de embate entre as indústrias de alimentos, que querem zelar por suas marcas e margens de lucro, ao lado das agências publicitárias, que se defendem usando por argumento, entre outros, a liberdade de expressão e, na outra ponta, entidades públicas e organizações da sociedade civil preocupadas com os reflexos futuros e uma alimentação inadequada na saúde pública e com o respeito aos direitos do consumidor e do cidadão. (VILLAGELIM, 2009, p.29)

Com o que vem sendo exposto, é possível perceber que a publicidade e a saúde têm sido amplamente discutidas no âmbito acadêmico, geralmente de forma a identificar as relações existentes entre esses temas e suas principais implicações na sociedade. Partindo dessa premissa é que se pretende, com este estudo, lançar luz sobre a temática de modo a contribuir com o debate sobre novas abordagens que busquem na problematização e no diálogo, estes

realizados com o intuito de dar voz ao público infanto-juvenil à discussão, a base para a produção de um conhecimento que abarque de maneira mais ampla a realidade.

No presente estudo, objetivando conhecer o perfil alimentar dos educandos, foi possível observar como estes se comportam ao serem questionados a respeito de seus hábitos alimentares e os possíveis impactos na saúde. Fica evidente, a partir das discussões acerca da temática, a falta de importância que dão os adolescentes no que diz respeito a atitudes não saudáveis na alimentação. Confirmando, de certo modo, o que afirma Boog:

Fatos relativos à ação fisiológica dos nutrientes e manifestações carenciais, advindas da sua ausência total ou parcial na alimentação, sensibilizam pouco os jovens, pois prevalece entre eles o senso da indestrutibilidade. Os argumentos relacionados às consequências da alimentação inadequada não atingem o jovem, como, por exemplo, o fato de que o consumo insuficiente de leite durante a adolescência pode ser um fator importante para o surgimento da osteoporose, várias décadas mais tarde. (Boog et al, 2000, p.282).

Quanto ao senso de indestrutibilidade citado por Boog, este é perceptível nos adolescentes ao serem questionados, nos encontros, sobre seus hábitos alimentares. Reconhecem, em grande parte, que a maioria dos alimentos que costumam consumir podem ser prejudiciais à saúde, principalmente a médio e longo prazo, porém não demonstram o mínimo de preocupação em repensar esses hábitos, e não cogitam, ao que parece, abdicar do consumo de certos produtos. Foram lançadas perguntas sobre quatro propagandas de alimentos – refrigerante, bebida achocolatada, sanduíche e biscoito recheado (ricos em gorduras, açúcares e sódio) –, no que diz respeito ao seu consumo, e todos os participantes declararam já ter consumido os produtos. Uma das adolescentes participante declarou:

“quando eu morava perto do shopping, era todo dia lanche, a batatinha, [...], refrigerante” (AL, fem, 14 anos).

Outra participante diz que o biscoito recheado:

“não sacia e da vontade de comer mais uns 3 pacotes” (V, fem, 14 anos).

Outra diz que:

“[o refrigerante] é todo dia lá em casa, de segunda a segunda, mesmo sabendo que não é saudável. [O biscoito recheado] também e [a bebida achocolatada] também, quando eu pego dinheiro eu compro” (J, fem, 16 anos).

Ao questioná-los também sobre o que entendem por alimentação saudável, muitos demonstraram possuir uma ideia, de certo modo, um pouco superficial. Por alimentação saudável entendem, de modo simplificado, o consumo de alimentos estritamente naturais, ou seja, não industrializados, como frutas, verduras e legumes. Por outro lado, quanto ao que consideram alimentos não saudáveis, também há uma certa simplificação ao atribuir tal definição a alimentos industrializados e alimentos considerados “gordurosos”. Ainda que haja tal simplificação, não procuram adotar a prática de consumir os alimentos considerados, por eles, saudáveis, pelo contrário, os alimentos mais consumidos são justamente aqueles que devem ser questionados quanto ao seu valor nutricional como: refrigerantes, salgadinhos, *fast-foods*, chocolates, doces, entre outros. Para uma das adolescentes participantes, saudável é:

“fruta, legume, comida feita em casa” (V, fem, 14 anos).

De certa forma, nessa frase, pode-se perceber a valorização da comida feita em casa, ou do alimento natural, porém não é dada a devida importância, visto que o consumo desses alimentos é mínimo, e os mais privilegiados e consumidos são os industrializados e/ou prontos e ultraprocessados.

Estudos como o de Boog constata que a ingestão de alimentos considerados saudáveis, como frutas e hortaliças, por adolescentes, é

insuficiente, assim como a ingestão de vitaminas, ferro e cálcio. E por outro lado, os alimentos "fictícios", de baixo valor nutricional, são ingeridos exacerbadamente. Com isso, a partir da problematização realizada por meio do grupo focal, foram tratadas questões como: "*Por que consumimos determinados produtos?*". Mostrou-se clara a importância que a alimentação possui para os adolescentes participantes do estudo no que diz respeito à satisfação de desejos, ao prazer de consumir determinados produtos alimentícios. Dessa maneira, pode-se perceber que a alimentação acaba sendo feita muito mais pelo prazer que os alimentos, de certo modo, nos dão. Gama (1999), citada por Boog (2000), afirma que entre os adolescentes, ao que se refere ao consumo de alimentos de baixo valor nutricional, esses são ingeridos muito mais em decorrência do prazer que proporcionam.

Sobre a ideia do que seria uma alimentação "desregulada" ou "não controlada", segundo definição da maioria dos adolescentes participantes nos encontros, levantamos a questão e indagamos sobre o seu significado:

"[...] eu como qualquer coisa, muita bobeira" (J, masc, 16 anos)

"[...] Eu como qualquer coisa. Quando eu levanto, eu como dois pães mais ou menos. Não almoço. Chego em casa [da escola] só janto e vou dormir." (V, fem, 14 anos)

"[...] Não ter hora pra comer, é tipo: tá com fome e come, toda hora" (AL, fem, 14 anos)

"[...] quando cê ta sozinho e cê ta com fome, acha alguma coisa e come... bolacha, pão, qualquer coisa." (C, masc, 15 anos)

Trazendo a publicidade e propaganda de alimentos como foco no momento de discussão com o grupo, tentou-se problematizar com os participantes sobre como eles absorviam a publicidade, quais eram os sentimentos que a publicidade através da propaganda despertava ao assisti-la. A fim de afirmar a influência da publicidade e propaganda no consumo alimentar de adolescentes, através de perguntas que não induzissem

respostas, mas que fizessem os educandos a pensar de forma crítica, obtivemos respostas objetivas.

Quando os alunos foram questionados acerca dos sentimentos que as propagandas de alimentos reproduzidas a eles despertam, todos disseram sentir “*vontade*” de consumir tais alimentos ao assisti-las. E em relação ao intuito da propaganda, obtivemos respostas como:

“[a propaganda é] *pra viciar as crianças a comer*” (A, masc, 13 anos)

“[...] *tem que comer*” (P, fem, 13 anos).

E a pergunta relacionada ao que pensavam sobre a atitude da indústria ao fazer uma propaganda do tipo, e se havia uma preocupação com a saúde dos consumidores infanto-juvenis ou mesmo aos adultos, percebeu-se uma indignação quando responderam prontamente que:

“[a intenção da indústria é] ganhar *dinheiro*.” (C, masc, 15 anos);

“*influenciar o povo a ficar gordo*.” (M, masc, 14 anos),

“*que eles procuram fazer vontade nas pessoas, pra incentivar as pessoas a irem comprar*” (V, fem, 14 anos).

Por outro lado, ao serem questionados se – mesmo sabendo o real interesse da indústria, que é apenas vender seu produto, mesmo que para isso precise influenciar crianças e adolescentes através da propaganda, por meio de imagens estrategicamente sedutoras – consomem esse tipo de alimento, a maioria respondeu que sim, consomem ou já consumiram tais produtos.

De acordo com os estudos de Harrison (2005), a desinformação ou má informação sobre alimentos entre consumidores do público infantil tem relação com o tempo de exposição de crianças à televisão.

E indagados sobre possíveis estratégias para que as pessoas não consumam, ao menos não em excesso, esses alimentos, uma aluna se manifestou dizendo que as pessoas têm que se conscientizar mais e começar

a beber e comer coisas mais saudáveis, e que essa conscientização seria através de:

“propagandas na televisão [...] de alimentos saudáveis [...] fruta, legume, comida feita em casa” (V, Fem, 14 anos).

E ao perguntá-la o porquê de não passar na televisão comerciais de alimentos mais saudáveis, a mesma disse que:

“[...] as pessoas não se preocupam muito com isso [...] não se preocupam com nada, só comem porque gosta, é gostoso e pronto. Pra matar a fome, não tá nem aí se é saudável, se vai fazer bem pra saúde ou não”. (V, Fem, 14 anos).

Desta forma é possível perceber e reafirmar o quanto a propaganda influencia nos hábitos alimentares, visto que para melhorá-los, a sugestão dada pela aluna seria justamente a propaganda de alimentos, mas que sejam, por sua vez, saudáveis. Contudo, este não é o único fator a ser considerado no que se refere à conscientização de hábitos alimentares saudáveis. Para tanto, é necessário desenvolver o senso crítico a respeito dos mesmos, podendo de forma autônoma problematizar as questões referentes à temática.

Com tudo isso, verifica-se a relevância de se tratar, como se propõe o presente trabalho, da temática da publicidade de alimentos e sua significativa influência nas escolhas alimentares de adolescentes, considerando que diversas outras pesquisas apontam para a grande necessidade de se problematizar esse tema, estabelecendo um diálogo com a SAN e os aspectos biopsicossociais dos seres humanos.

A partir das informações expostas, então, nota-se que a conscientização acerca da forte influência da mídia sobre os hábitos alimentares da população, é de fundamental importância para que se criem meios que ao menos garantam a utilização da publicidade a favor da saúde pública. Quanto a isso, o governo poderia se utilizar de tal recurso propagandístico como estratégia para a disseminação de informações sobre SAN, buscando promover hábitos

alimentares mais saudáveis com campanhas que incentivem o consumo de produtos como frutas, hortaliças, legumes, sucos naturais, etc., e sensibilizem as crianças, os adolescentes e suas famílias, sobre a importância de uma alimentação equilibrada e de práticas que envolvam uma maior preocupação e atenção no que diz respeito a aspectos de SAN. Tais estratégias envolvem, indispensavelmente, conhecimentos sobre práticas educativas na área da saúde, bem como a utilização de métodos de educação problematizadora e interdisciplinar.

Considerando então essa necessidade de se utilizar de estratégias que facilitem e estimulem o exercício da problematização sobre a influência da propaganda com os próprios adolescentes, de modo a analisar como esses se sentem a respeito dessa temática, foi utilizado um vídeo como aporte educativo. Para isso, foram trabalhadas questões que visassem o entendimento dos adolescentes, o que eles, com seus sentimentos e percepções compreenderam do vídeo, e qual a relação do vídeo com a nossa realidade.

5. CAPÍTULO IV: “COMER... O FRUTO OU O PRODUTO?”: INSTRUMENTO PARA PROBLEMATIZAÇÃO DAS ESCOLHAS ALIMENTARES SEGURAS

Este capítulo traz os resultados do último encontro com os adolescentes no qual foi apresentado o vídeo: “*Comer... o fruto ou o produto?*”. O vídeo educativo foi desenvolvido a partir de uma proposta interdisciplinar buscada por profissionais do Laboratório de Comunicação e Educação em Saúde e do Grupo de Apoio, Aprimoramento e Atualização em Educação Nutricional da Universidade Estadual de Campinas - Unicamp, através de um projeto coordenado por Maria Cristina Faber Boog.

O vídeo foi utilizado pela primeira vez com um grupo de adolescentes na Unicamp, onde se buscou, através da realização de oficinas, uma abordagem educativa diferente da convencional, apoiando-se no método da problematização, de modo a promover o processo de reflexão sobre as práticas alimentares. Segundo Boog et al. (2003), “o contexto desafiador da educação nutricional exige o desenvolvimento de abordagens educativas que permitam abraçar os problemas alimentares em sua complexidade, tanto na dimensão biológica como na social e cultural” (BOOG et al., 2003, p.283).

A influência da publicidade e propaganda de produtos alimentícios na formação de hábitos alimentares também constitui um dos tópicos tratados no vídeo educativo. Os fatores socioculturais e psicológicos são então considerados como de significativa importância para o tratamento da temática. Quanto a isso, as autoras afirmam que

[...] a educação nutricional tem como elemento de confronto a grande influência exercida pela publicidade e pela mídia nos hábitos alimentares dos consumidores, pois a indústria de alimentos elege o adolescente como consumidor privilegiado e sensível às mensagens apresentando os adeptos de certos produtos como mais charmosos, bonitos ou vencedores (BOOG et al., 2003, p.282).

Considerando então a importância e emergência da construção de métodos e abordagens didáticas alternativas, que contemplem aspectos biológicos, psicológicos, sociais e culturais que vêm a constituir a realidade do educando, os autores do vídeo o conceberam como uma proposta para a superação do modelo convencional de ensino, de mera transmissão de conhecimento – a “educação bancária” segundo Paulo Freire –, buscando no diálogo interdisciplinar a criação de novas possibilidades de intervenção.

O vídeo é provocativo e, por isso, adequado para se trabalhar com um assunto polêmico que envolve desejo, sedução e consumo. Por isso, o processo educativo deve informar e problematizar as questões do cotidiano, causando impacto e remetendo a discussões mais profundas sobre temas como direitos humanos, cidadania, qualidade de vida, entre outros (BOOG et al., 2003, p.283).

Segundo estudo de Almeida et al. (2009), “a utilização construtiva dos vídeos educativos propicia dentro do ambiente escolar uma mudança de paradigma, uma mudança que visa a aprendizagem e não o acúmulo de informações” (ALMEIDA et al., 2009, p.155), contribuindo assim para uma abordagem problematizadora da complexa realidade, o que possibilita um ensino e uma aprendizagem de forma mais dinâmica.

Sobre o projeto do vídeo “*Comer... o fruto ou o produto?*”, este foi desenvolvido por profissionais de distintas áreas. Participaram nutricionistas, cineasta, psicóloga, estudante de artes cênicas, entre outros – o que reforça a interdisciplinaridade do projeto. Dentre os tópicos trabalhados no vídeo, cabe aqui citar os três principais – ou ao menos os que mais interessam ao tema tratado neste estudo. Primeiro o que diz respeito às necessidades biológicas e psicológicas que os alimentos satisfazem, devido a seus significados simbólicos e ao “prazer sensorial que proporcionam”; segundo, o que diz respeito à criação de necessidades e à indução, através de estratégias publicitárias, que os adolescentes estão submetidos no que se refere ao consumo de produtos alimentícios, de modo a satisfazer aquelas necessidades criadas; e terceiro, o que diz respeito à conscientização sobre o direito humano

fundamental, o da alimentação de qualidade, que garanta a saúde e o bem-estar do cidadão, assegurado pela Declaração Universal dos Direitos Humanos da Organização das Nações Unidas (ONU), em seu artigo XXV (BOOG et al., 2003, p.283-284).

O roteiro do vídeo busca no romance de Shakespeare “Romeu e Julieta”, uma analogia entre o poder dos nomes das famílias e o poder e a influência simbólica das marcas dos produtos. Também nos é apresentada a personagem mitológica Aracne, essa que representa a influência e a manipulação publicitária sobre o padrão de consumo da sociedade e, ainda, são trazidas questões do cotidiano que demonstram as desigualdades, no que se refere ao direito humano à alimentação, que estão em evidência até os dias atuais.

Considerando a importância do vídeo para a temática que o presente estudo aborda, o mesmo foi utilizado como instrumento para reflexão por meio do grupo focal, no último encontro estabelecido com os adolescentes participantes. A exibição do vídeo “*Comer... o fruto ou o produto?*” teve como principal objetivo analisar as percepções e a capacidade de interpretação e argumentação dos participantes que fortalecem esse estudo, com a intenção de problematizar as escolhas que os adolescentes fazem em meio ao ‘bombardeio’ da publicidade. A técnica de grupo focal para discussão deste vídeo prevê a problematização e a obtenção de dados a partir de discussões previamente planejadas e sua utilização fez com que os participantes expressassem suas percepções sobre a questão estudada, em um ambiente agradável e convidativo.

Para que pudéssemos trabalhar de forma proveitosa com o grupo focal, acerca do vídeo, foram elaboradas questões que pudessem contribuir para a problematização das práticas alimentares dos adolescentes, podendo ao decorrer do debate surgir outras questões além das já citadas na metodologia deste trabalho.

Ao final da exibição do vídeo, a proposta foi discutir com algumas questões previamente elaboradas acerca do mesmo. No primeiro momento, a intenção foi identificar o que os adolescentes entenderam sobre ele. Uma das alunas presentes disse que era sobre:

“Romeu e Julieta” (V, fem, 14 anos),

outro disse que era uma história sobre *“comer o fruto ou o produto”*, e que isso significou para ele:

“comer o que você planta ou o que você compra lá no mercado enlatado”, e que devemos “cuidar do que comer” (M, masc, 14 anos).

Para outro aluno, o vídeo fala:

“Sobre os hábitos [e] que devemos nos cuidar” (C, masc, 15 anos).

A partir das respostas obtidas e de alguns comentários ao longo da atividade, percebeu-se a dificuldade de entendimento por parte dos alunos em relação ao vídeo, pois o mesmo apresenta certa complexidade, principalmente por tratar o tema de uma forma pouco comum.

Ao serem questionados sobre os personagens envolvidos na trama, uma das alunas reconheceu:

“a mulher na teia” (Aracne),

e que ela representava:

“produtos industrializados” (V, fem, 14 anos).

E outro aluno classificou a cena de Aracne como a cena mais marcante do vídeo, pois

“[...] tinha rótulo de comida lá, de alimentos. Aqueles alimentos ficam em você, ele gruda em você, você não consegue parar de comer, vicia” (C, masc, 15 anos),

Para outro, esses produtos:

“prejudica a nossa saúde” (M, masc, 14 anos).

Aqui também observou-se uma certa dificuldade encontrada pelos alunos no que diz respeito a compreensão do papel da Aracne como a influência publicitária no padrão de consumo, onde em um primeiro momento reduziram a personagem a ideia de produtos alimentícios industrializados e rótulos, e somente com o decorrer dos diálogos a ideia do que a personagem realmente representa foi tornando-se mais clara para os alunos.

Ainda, no que diz respeito às cenas marcantes do vídeo, foi destacada por uma aluna a cena na qual aparece um senhor comendo no lixo:

“[...] Tipo o mendigo lá comendo o lixo e tal, isso marca. Tem pessoas que jogam uma comida pronta no lixo e não imagina que tem pessoas lá fora precisando daquilo, então marca”. (AL, fem, 14 anos).

E para ela, as pessoas que deveriam assistir ao vídeo são:

“As pessoas que pensam que comida é fácil encontrar, pra alguns sim, mas pra outros não é. Pessoas que não se importam, que é rico que pode comprar, mas tem pessoas lá fora que não podem. [Estas pessoas] Tem dinheiro pra pagar as contas e não dá pra comprar um alimento pros filhos, nem pra ele, pro pai”. (AL, fem, 14 anos).

É destacada a questão de cidadania, do desperdício, por outro lado, quando lançamos perguntas como: *pensamos no próximo quando compramos alguma coisa? Pensamos em quem está lucrando? Ou na nossa saúde ao consumir tais produtos? Ou mesmo no meio ambiente, no que diz respeito à poluição pela produção de lixo?* As respostas para estes questionamentos mostraram-se contraditórias, uma vez que reconheceram que não costumam pensar em tais questões no cotidiano.

Os alunos foram questionados também a respeito do título do vídeo (*Comer... o fruto ou produto?*), do seu significado. Para essa questão, um aluno respondeu:

“Que são as pessoas que escolhem se querem comer coisas saudáveis, que vai fazer bem pra ela, ou comer coisa que não vai fazer. Do que adianta ser gostoso se vai prejudicar a saúde.” (M, masc, 14 anos).

Mostrando, desta forma, seu entendimento acerca do título e sua crítica no que diz respeito ao consumo de produtos prejudiciais à saúde.

Percebeu-se também que uma boa forma de tratar a temática com o público adolescente é envolvendo a questão de um relacionamento afetivo. Tal questão retratada no vídeo acaba de certa forma, atraindo a atenção desses jovens que se encontram em uma fase complexa de transformações, emocionais e corporais. No decorrer da discussão foi ficando claro para os adolescentes que as tentações das quais o vídeo aborda, são o relacionamento afetivo e também a sedução da publicidade para o consumo. Para uma aluna, se tratando da sedução que a publicidade exerce, o vídeo mostra:

“O amor sobre os produtos industrializados. Tem uma [marca de creme de chocolate com avelã] e uma verdura, você vai pegar a [marca de creme de chocolate com avelã], porque é uma tentação [...]” (AL, fem, 14 anos).

Esta fala nos remete ao discurso hedonista da publicidade, como é apontado por Gracia Arnaiz (1996), sendo este, um dos seis discursos predominantes articulados pela publicidade – que são eles: discurso de tradição/identidade, médico-nutricionista, estético, hedonista, progresso-modernidade e exótico –, que tem por finalidade, assim como os demais discursos, promover o consumo de mercadorias e meios que garantam esse consumo, através de pesquisa na qual se busca tudo aquilo que é significativo para o público alvo, desta forma transmitindo-se, então, a informação referente a consumo, práticas e valores alimentares. Em particular, no que se refere ao discurso hedonista, “se trata de aquellas referencias que aluden a la obtención de placer como fin, ya sea físico o psicológico, a través del consumo del producto propuesto... producen la satisfacción del sentido del gusto” (ARNAIZ, 1996, p.204). Ou seja, o produto ofertado deve satisfazer em alguma medida o paladar, ter um bom sabor e estar bom para se consumir. Assim, percebe-se na fala anterior da adolescente, o quanto o creme de avelã se sobressai em questão de gosto e prazer em relação à verdura, já que a marca promove

através da publicidade “tentadora” o quão saboroso e prazeroso é o seu consumo.

A questão do relacionamento afetivo também ganhou destaque na discussão acerca da importância da educação alimentar, onde os alunos se sensibilizaram com a questão e reconheceram que esta representa uma importante motivação na busca de práticas alimentares mais saudáveis. Tal questão é retratada no vídeo através do relacionamento entre as personagens Romeu e Julieta.

Quando questionados sobre o papel da personagem Julieta, disseram que esta representava a “saúde”, pois:

“Ela queria mostrar o que é saudável pra ele [Romeu]” (C, masc, 15 anos).

E quanto ao sentimento amoroso, à relação afetiva, perguntou-se se esses eram importantes para a personagem, e o que ela demonstrava no vídeo. Sobre essas questões responderam, respectivamente:

“Sim, porque ela queria cuidar dele [Romeu] e não queria perder ele” (M, masc, 14 anos).

“Tem que cuidar do namorado, pra no futuro ter um esposo saudável”. (AL, fem, 14 anos).

A partir disso, afirmaram que para haver mudanças nas práticas, deve-se estar sensibilizado, e que essa sensibilidade vem de um relacionamento amoroso entre duas pessoas. Essa questão acabou se sobrepondo às demais tratadas na discussão deste último encontro, o que demonstra que a mesma acaba por despertar um maior interesse nos adolescentes – o que deve-se, talvez, ao fato de a temática de SAN ser ainda pouco tratada, principalmente no ambiente escolar, mas não só. A adolescência é uma fase que faz emergir também alguns temas de difícil abordagem para a família e para a escola que é o “*relacionamento afetivo*”.

Nesse contexto, Abesratury e Knobel (1981) explicam que na adolescência há mudanças corporais e a construção de múltiplas e novas relações sociais compreendidas como ambivalentes, sobretudo como forma de confronto com o meio familiar e social.

Dada a existência desse processo de adolecer no qual o sujeito se encontra ocorrem as instabilidades de modo explícito, e com elas a necessidade da compreensão desse ciclo vital, pelo universo adulto, na relação educador-educando para que este período se efetive na realidade social e humana do adolescente (RODRIGUES, 2003).

Associada a estas instabilidades está a descoberta do corpo adolescente que para Creston (2000) permeia caminhos do prazer mesclados às diversas formas de viver a alimentação, envolvendo fantasia, personalidade, ideologia e valores retratados no contexto biopsicossociocultural.

No âmbito do relacionamento, pode-se perceber uma maior demanda dos alunos no que diz respeito a esse assunto. E se houvessem ações acerca da temática, todos demonstraram interesse em dialogar sobre, pois existem diversas dúvidas.

“Nossa se tivesse isso eu ia ficar muito feliz, porque eu tenho muita dúvida sobre isso” (AL, fem, 14 anos).

“[dúvidas sobre] Como evitar brigas” (C, masc, 15 anos).

“Ciúmes [...] como ser mais feliz no relacionamento” (M, masc, 14 anos).

Em geral, o que pode ser constatado com a exibição do vídeo e os demais encontros foi que estes alunos adolescentes não têm despertado ainda o interesse acerca da temática de SAN. Pelo fato do tema ser pouco debatido na esfera escolar? Por ser um tema ainda distante do universo adolescente? Por outro lado, quando questionados sobre suas demandas para possíveis ações a serem desenvolvidas em cenário dialógico mencionaram os temas:

“relacionamento”, “uso de drogas”, “estresse” e “ansiedade”. Aqui, vê-se a importância de se trabalhar esses temas através de uma ótica interdisciplinar, mas, sobretudo de uma ótica da realidade, daquilo expresso pelo grupo, assim como o vídeo educativo “Comer... o fruto ou o produto?” propõe, relacionando-os, quando possível, à temática de SAN, de modo a problematizar as questões essenciais que compõem a realidade de determinado público jovem.

6. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Considerando a influência que a publicidade e a propaganda de alimentos exercem sobre a formação dos hábitos alimentares, os problemas de saúde decorrentes do consumo excessivo de determinados alimentos, e como essas questões estão ligadas, principalmente, ao público infanto-juvenil, torna-se evidente a necessidade de se problematizar questões básicas do cotidiano e da realidade do público estudado. Assim, a problematização, bem como as estratégias de educação popular em saúde, tomadas a partir de uma perspectiva freireana, apresentam-se como métodos chave para o desenvolvimento do pensamento crítico do educando em relação aos seus hábitos alimentares, possibilitando dessa forma um maior incentivo para a construção de conhecimento acerca da temática de SAN, no que se refere à qualidade dos alimentos.

Com o presente trabalho tornou-se possível, através das atividades realizadas por meio de grupo focal com os estudantes do ensino fundamental, estabelecer um contato mais direto e buscar uma maior aproximação com o público estudado. Tal feito acabou por reforçar a importância e a urgência de debates acerca dos métodos de ensino-aprendizagem tratados neste trabalho, principalmente na área da educação em saúde e segurança alimentar e nutricional, onde se evidenciou a problemática dos métodos de ensino adotados pelo sistema tradicional de educação, que, além de não contribuírem, oferecem muitas vezes mais obstáculos para a formação do pensamento crítico do educando acerca de sua própria realidade.

As atividades realizadas com os estudantes e a exibição do vídeo educativo “Comer... O fruto ou o produto?” se deram a partir da perspectiva problematizadora de superação dos obstáculos que se impõem à conscientização e ao exercício da criticidade. Apesar das dificuldades encontradas, como o interesse pouco manifestado, por parte dos estudantes,

pelo tema; o curto espaço de tempo para a realização das atividades; e a relativa complexidade que o vídeo apresenta, a experiência foi extremamente enriquecedora, visto que ofereceu uma importante contribuição para minha formação tanto pessoal como acadêmica e profissional. Tal contribuição se deu, principalmente, pelo contato direto estabelecido com os adolescentes, pelo diálogo recíproco, o que proporcionou uma maior aproximação com a realidade vivida por eles – aproximação essa que é indispensável quando se tratam temáticas como esta, que envolvam determinado público infanto-juvenil. E a contribuição mais expressiva deste trabalho, se não a maior, foi o registro deles, por demanda espontânea, para a continuidade das ações educativas em temas por eles elencados representados nas realidades vividas. Esta vivência em grupo permitiu também que os adolescentes verbalizassem que o campo das reflexões também extrapola a “sua escola” quando apontaram o desejo de percorrer outros espaços de conhecimento, como a universidade.

Com o desenvolvimento deste trabalho, buscou-se contribuir para o debate acerca da importância da problematização e do diálogo na construção de estratégias de educação em saúde e SAN, e da interdisciplinaridade na superação de barreiras que dificultam o processo de ensino-aprendizagem, no que diz respeito, principalmente, à essa temática.

7. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS:

ABERASTURY, A; KNOBEL, M. **Adolescência normal**: um enfoque psicanalítico. Porto Alegre: Artes Médicas, 1981, 92p.

ALMEIDA, D. dos S. **O vídeo na construção de uma educação do olhar**. Perspectivas online. Volume 3, nº9. 2009.

BRASIL. Agência Nacional de Vigilância Sanitária. **Monitoração de Propaganda: relatório final do Projeto de Monitoração**. Brasília: Anvisa, 2010. 180 p.

BRASIL. Agência Nacional de Vigilância Sanitária. **RESOLUÇÃO-RDC No- 24, DE 15 DE JUNHO DE 2010**. Diretoria Colegiada. Anvisa.

BOOG, M. C. F. et al. **Comer... o Fruto ou o Produto? / Vídeo Educativo**: Manual do Educadores. Campinas, 2000.

BOOG, M. C. F. et al. **Utilização de vídeo como estratégia de educação nutricional para adolescentes**: “comer... o fruto ou o produto?”. Rev. Nutr., Campinas, 16(3):281-293, jul./set., 2003.

BORNSTEIN, V. J. et al. **Desafios e perspectivas da Educação Popular em Saúde na constituição da práxis do Agente Comunitário de Saúde**. Interface (Botucatu). 2014; 18 Supl 2:1327-1340.

CAMPOS, K. B. A. C. **Hábitos Alimentares e Níveis Pressóricos de Adolescentes**. Universidade Federal do Piauí, 2012, 57p.

CARVALHO, E. B. **Influência das Propagandas de Televisão na Alimentação de Crianças e Adolescentes**. In BOCCALETTO, E.M.A.; MENDES, R.T. (orgs). Alimentação, atividade física e qualidade de vida dos escolares do município de Vinhedo/SP. 1ed, Campinas: IPES Editorial, 2009, p.23-30.

CONSEA (Conselho Nacional de Segurança Alimentar e Nutricional). **A Segurança Alimentar e Nutricional e o Direito Humano à Alimentação Adequada no Brasil**: Indicadores e Monitoramento da Constituição de 1988 aos dias Atuais. Brasília, Consea, 2010.

CONSEA. **Lei de Segurança Alimentar e Nutricional:** Conceitos. Lei nº 11.346, de 15 de setembro de 2006.

CONSEA. **Princípios e Diretrizes de uma Política de Segurança Alimentar e Nutricional.** Textos de Referência da II Conferência Nacional de Segurança Alimentar e Nutricional. Conselho Nacional de Segurança Alimentar e Nutricional, Brasília, Julho de 2004.

CONSEA. **Regulação de alimentos - garantia de segurança alimentar e nutricional.** Texto elaborado pelo Grupo de Trabalho de Regulação de Alimentos, Comissão Permanente 7 – Consumo, Nutrição e Educação, 2015.

CRESTON, A. **Sexualidade adolescente & construção do conhecimento.** Juiz de Fora: FEME, 2000, 120 p.

DE PAULA, F. C. **Muito antes da marca:** relações entre a recepção de publicidade e o consumo de alimentos por crianças de classes Populares. Escola Superior de Propaganda e Marketing, São Paulo, SP, 2013. 133 p.

FLICK, U. Introdução a Grupos Focais. In: BARBOUR, R. Org(s). **Grupos Focais.** Porto Alegre: Artmed, 2009, p. 19-35.

FREIRE, Paulo. **A Importância do Ato de Ler:** em três artigos que se completam. São Paulo: Autores Associados/ Cortez, 1989.

FREIRE, Paulo. **Educação como Prática da Liberdade.** Rio de Janeiro: Editora Paz e Terra, 1967.

FREIRE, Paulo. **Pedagogia do Oprimido,** 17ªed. Rio de Janeiro, Paz e Terra, 1987.

GOMES, L. B.; MERHY, E. E. **A educação popular e o cuidado em saúde:** um estudo a partir da obra de Eymard Vasconcelos. Interface (Botucatu). 18 Supl 2: 1427-1440, 2014.

GONDIM, S. M. G. **Grupos focais como técnica de investigação Qualitativa:** Desafios metodológicos. Universidade Federal da Bahia. Paidéia, 2003.

GRACIA, M. A. **Paradojas de la alimentación contemporánea.** Barcelona: Icaria, p. 181-223, 1996.

HARRISON, K. Is “fat free” good for me? A panel study of television viewing and children’s nutritional knowledge and reasoning. **Health Commun**, v. 17, n. 2, p. 117-132, 2005.

HAWKES, Corinna. **Marketing de alimentos para crianças: o cenário global das regulamentações** / Organização Mundial da Saúde; tradução de Gladys Quevedo Camargo. Brasília: Organização Pan-Americana da Saúde; Agência Nacional de Vigilância Sanitária, 2006. 112 p.

IERVOLINO, S. A.; PELICIONI, M. C. F. **A utilização do grupo focal como metodologia qualitativa na promoção da saúde**. Rev Esc Enf USP, v. 35, n.2, p.115-21, jun, 2001.

MACIEL, K. F. O pensamento de Paulo Freire na trajetória da educação popular **Educação em Perspectiva**, Viçosa, v. 2, n. 2, p. 326-344, 2011.

MALUF, R. S.; MENEZES, F.; VALENTE, F. L. Contribuição ao Tema da Segurança Alimentar no Brasil. Vol. IV / 1996. **Revista Cadernos de Debate**, uma publicação do Núcleo de Estudos e Pesquisas em Alimentação da UNICAMP, páginas 66-88.

MATTOS, M. C. et al. Influência de Propagandas de Alimentos nas Escolhas Alimentares de Crianças e Adolescentes. *In*: **Psicologia: Teoria e Prática** v. 12, n.3: 34-51, 2010

MINAYO, M. C. S. **Pesquisa Social. Teoria, método e criatividade**. 18 ed. Petrópolis: Vozes, 2001.

MONTEIRO, E.M.L.M; VIEIRA, N.F.C. Educação em saúde a partir de círculos de cultura. **Rev. Bras. Enfermagem**, Brasília v. 63, n.3: 397-403, 2010.

MOURA, N.C. **Influência da Mídia no Comportamento Alimentar de Crianças e Adolescentes**. *In* Segurança Alimentar e Nutricional, Campinas, 17(1): 113-122, 2010.

OLIVEIRA, A.M.A.; CERQUEIRA, E.M.M.; SOUZA, J.S.; OLIVEIRA, A.C. **Sobrepeso e obesidade infantil: Influência dos fatores biológicos e ambientais em Feira de Santana, BA**. Arq. Bras. Endocrinologia Metab., n. 47, n. 2, p. 144-50, 2003.

OLIVEIRA, L.C. et al. **Participação popular nas ações de educação em saúde: desafios para os profissionais da atenção primária.** Interface (Botucatu). 2014; 18 Supl 2:1389-1400.

POLLAN, Michael. **Em defesa da comida.** Tradução de Adalgisa Campos da Silva. — Rio de Janeiro: Intrínseca, 2008. 272p.

RAMOS, Bruna. **Mais de 80% dos alimentos em publicidade para crianças não são saudáveis.** Disponível em: <<http://www.ebc.com.br/infantil/para-pais/2013/08/publicidade-de-alimentos-dirigida-a-criancas-e-debatida-no-senado>>. 2013. Acesso em: 18 ago, 2015. Ed: Allan Walbert. Portal Empresa Brasileira de Comunicação (EBC).

ROCHA, S.F.M; ROCHA, J.H.M.V. **A Interdisciplinaridade em Paulo Freire: reflexões em defesa do diálogo disciplinar na educação.** In VIII Colóquio Internacional Paulo Freire. Centro Paulo Freire - Estudos e Pesquisas: Recife, 2013.

RODRIGUES, E.M. **Problematização do comportamento alimentar como estratégia de educação nutricional: uma experiência com adolescentes obesos** Dissertação de Mestrado. Campinas: UNICAMP, 2003. 243p.

RODRIGUES, E.M; BOOG, M.C.F. Problematização como estratégia de educação nutricional com adolescentes obesos. **Cad. Saúde Pública**, v. 22, n. 5, p. 923-931, 2006.

SANTOS, A. M. dos. **Sociedade do consumo: criança e propaganda, uma relação que dá peso.** Tese (doutorado) – Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul. Faculdade de Serviço Social. Programa de Pós-Graduação em Serviço Social. Porto Alegre, 2007.

SANTOS, S. L.; BATALHA, M. O. **A Ética na Propaganda de Alimentos: uma análise a partir de comerciais da televisão.** In XLV Congresso da Sociedade Brasileira de Economia, Administração e Sociologia Rural. Londrina, 2007.

SOUSA, M.R.V et al. **O Ensino Por Problematização Como Pressuposto Metodológico Na Educação Nutricional.** In III Encontro de Iniciação à Docência – UEPB, 2013.

SPANIOL, A. M. S. **Influência de estratégias persuasivas no consumo alimentar infantil.** Universidade de Brasília/Departamento de Nutrição. 2011.

THIESEN, J.S. **A Interdisciplinaridade Como um Movimento Articulador no Processo Ensino-Aprendizagem.** *In* Revista Brasileira de Educação v. 13, n. 39, set./dez. 2008.

TRAD. L. A. B. Grupos focais: conceitos, procedimentos e reflexões baseadas em experiências com o uso da técnica em pesquisas de saúde. **Physis**, Rio de Janeiro, 777-796, 2009.

Tribunal de Justiça da Bahia. **Especialistas defendem regulação da publicidade dirigida às crianças.** Agência Senado. Disponível em: <http://www5.tjba.jus.br/infanciaejuventude/index.php?option=com_content&view=article&id=772>. 2013. Acesso em: 15 ago 2015.

TORREZAN, R. M.; GUIMARÃES, R. B.; FURLANETTI, M. P. **A importância da problematização na construção do conhecimento em saúde comunitária.** *Trab. Educ. Saúde*, Rio de Janeiro, v. 10 n. 1, p. 107-124, mar./jun.2012

UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA. **Monitoramento de Propaganda de Alimentos Visando à Prática da Alimentação Saudável.** Disponível em: <<http://vsites.unb.br/fs/opsan/propaganda.pdf>>. Acesso em: 11 out de 2015.

VILLAGELIM, A. S. B. **A vida não pode ser feita só de sonhos:** reflexões sobre alimentação saudável a partir da publicidade de uma linha de biscoitos industrializados. Universidade do Estado do Rio de Janeiro. Instituto de Nutrição. 2009.

APÊNDICE A – TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO



Av. Tancredo Neves, 6731
85867-970 | Foz do Iguaçu | PR
PTI – Bloco 4
+55 (45) 3576.7307
Fax: +55 (45) 3576.7306

TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO

Seu(sua) filho(a) está sendo convidado(a) a participar como voluntário(a) do estudo “Publicidade e propaganda de alimentos: uma análise das influências no comportamento alimentar adolescente”, que faz parte do Trabalho de Conclusão de Curso do curso de graduação de Desenvolvimento Rural e Segurança Alimentar da Universidade Federal da Integração Latino-Americana (UNILA) sob a orientação da profa. Dra. Erika Marafon Rodrigues Ciacchi em desenvolvimento pela aluna Dirce Regina Simão Coluço. O Termo de Consentimento Livre e Esclarecido tem como fim assegurar os direitos do seu(sua) filho (a) e conhecimento sobre o estudo como participante, feito em duas vias, para que uma fique com você e outra com o pesquisador.

Os objetivos desta pesquisa são: 1) Conhecer os hábitos alimentares de adolescentes, bem como as atitudes e práticas que influenciam na formação dos mesmos; 2) Identificar o tipo de propaganda de alimentos mais comentado pelos adolescentes em canais televisivos; e 3) problematizar práticas alimentares com adolescentes a partir de um vídeo educativo.

O estudo proposto apresenta a seguinte importância: é uma iniciativa que espera contribuir e fortalecer o debate acerca da segurança alimentar e a estimular o pensamento crítico sobre a influência da publicidade e propaganda de alimentos destinados ao público infanto-juvenil. Busca-se assim vincular práticas de saúde e educação relacionadas à alimentação, na compreensão de que a abordagem destes temas deva se fazer numa perspectiva mais ampla.

Este estudo, baseado fundamentalmente na capacidade de influência da publicidade televisiva no comportamento alimentar de adolescentes, insere-se numa metodologia qualitativa e pesquisa de campo com grupos focais, que se baseia na interação entre as pessoas para obter os dados necessários ao estudo. Participando do estudo seu(sua) filho(a) é convidado(a) a responder de maneira aberta e confiável a quatro entrevistas realizadas em grupo com outros escolares, gravada em áudio, no



Av. Tancredo Neves, 6731
85867-970 | Foz do Iguaçu | PR
PTI – Bloco 4
+55 (45) 3576.7307
Fax: +55 (45) 3576.7306

espaço da escola, com autorização da Direção e da Coordenação Pedagógica. Os encontros serão realizados no mês de setembro de 2015 para que ao final de novembro, no mesmo ano, o estudo esteja finalizado.

Ressaltamos que a identidade do participante será mantida sob sigilo e as informações fornecidas por eles serão utilizadas somente para fins acadêmico-científicos. Este estudo não oferecerá riscos e/ou desconfortos aos voluntários envolvidos.

Ao final do estudo o voluntário, a escola e a família poderão ter acesso aos resultados do mesmo, caso deseje. Esta pesquisa não prevê nenhuma remuneração em troca da participação e o voluntário poderá desistir da pesquisa no momento em que desejar, sem necessidade de notificação por escrito.

Eu, _____, declaro que estou ciente das informações das quais me foram transmitidas e autorizo meu(minha) filho(a) _____ participar voluntariamente desse estudo.

Foz do Iguaçu, _____ de _____ de 2015.

Prof^(a). Dr(a). Erika Marafon Rodrigues Ciacchi
Orientadora da pesquisa
Email: erika.ciacchi@unila.edu.br
Telefone: 45- 3529-2106

(Assinatura do Responsável)

Dirce Regina Simão Coluço