

ESTILO SAÚDE

Edição 9 - Outubro 2016

GREEN
ACTION
WEEK

orgânicos



arte: Carol Salles

para todos

Neste número:

Publicidade, crianças e alimentação. Uma combinação que coloca em risco a saúde das futuras gerações, mas que pode ser combatida com bons exemplos e informação.

Criança: a alma do negócio?

O filme Criança, a alma do negócio, é sobre o poder da publicidade de criar, para o público infantil, necessidades de consumir marcas de roupas, tênis, celulares, brinquedos, e outros produtos. O documentário mostra crianças que desconhecem o nome de animais, mas sabem o nome de todas as empresas representadas por logomarcas!

Mostra também que, pouco tempo depois de ganhar determinado bem, o abandonam sem dó nem piedade dos pais que muitas vezes se endividaram para

satisfazer um desejo. Mas enquanto os bens materiais são deixados de lado, o açúcar, sal e gordura trans dos biscoitos recheados, salgadinhos, refrigerantes, lanches *fast food*, são acumulados no próprio corpo da criança sob a forma de quilos a mais e saúde de menos.

A boa notícia é que essa não é uma batalha perdida. Mães, pais, professoras, podem desenvolver junto com as crianças, o senso crítico para diferenciar o que é saudável e do que é enganação. Foi essa orientação que buscamos para escrever esse boletim. Boa leitura!

Nina é o oposto dos super heróis da indústria de alimentos: defende a Agroecologia e uma alimentação saudável. Os temas ambientais são a tônica da personagem criada pela professora Adriane Lippert Bittencourt e desenhada por Osmar Valim Junior



Expediente

Este boletim foi produzido pelo Centro Ecológico com apoio financeiro da Agência Sueca de Cooperação Internacional para o Desenvolvimento, por meio da Sociedade Sueca de Proteção à Natureza (SSPN). As opiniões aqui apresentadas não refletem necessariamente a opinião oficial da SSPN ou de seus financiadores.

Textos e diagramação Míriam Sperb
Jornalista MTB 0018334/RS

www.centroecologico.org.br



Industrializados ameaçam a saúde das novas gerações

Uma nutricionista, uma psicóloga, duas mães e um professor dizem como melhorar a alimentação das crianças.



Em casa, a melhor propaganda da comida de verdade, colorida, orgânica, é o exemplo os pais. Na escola, o papel das merendeiras e professoras é fundamental para criar hábitos alimentares saudáveis

O número de crianças e jovens acima do peso está cada vez maior. Dados da Pesquisa de Orçamentos Familiares de 2008/2009 revelaram que, nos últimos 20 anos, o excesso de peso em crianças e adolescentes praticamente triplicou, enquanto a saúde dessa faixa etária diminuiu. Segundo a nutricionista Daniele Galeriano, “a obesidade é um dos fatores de risco mais importantes para o surgimento de doenças crônicas não transmissíveis, como é o caso do diabetes e doenças cardiovasculares”.

Em 2015, Daniele realizou um estudo com 230 alunos de sete a 12 anos da rede pública de Três Cachoeiras, município no Litoral Norte do Rio Grande do Sul. Os resultados mostraram que 19,7% estavam acima do peso e 16,6% com obesidade. “O documentário “Muito além do peso” mostra exatamente essa realidade: crianças enfrentando doenças que no passado só eram contraídas por adultos”.

Cerca de 30 quilômetros ao norte de Três Cachoeiras, na Escola Estadual de Ensino Fundamental Manoel João Machado, em Torres, o professor de Matemática,

Ciências e Educação Ambiental José Oliveira também observa os efeitos perversos da combinação entre alimentação incorreta e sedentarismo. Para o professor, essa parceria que favorece a obesidade está cada vez maior porque é estimulada pela Publicidade. Para Daniele, a maioria das propagandas promovem produtos ultraprocessados e de baixo valor nutricional. “E destas, grande parte está direcionada ao público infantil e adolescente”.

Heróis a serviço de produtos não recomendáveis

De acordo com a psicóloga Dóris Laux Wiederkher, o consumo de produtos associados a personagens simpáticos por meio de brindes e brinquedos dá às crianças um “sentimento de aproximação”, que induz a compra de biscoitos, bebidas, sanduíches e outros itens cheios de aditivos químicos, gorduras trans e açúcar. “Os recursos mais evidentes são o uso de figuras populares nas embalagens e a “doação” de brindes na compra do produto. Existem também alguns produtos que estimulam ao consumo repetido através da formação de coleções de personagens ou a participação em sorteios, permissão para ingresso a jogos *on line*,

etc.

Visão crítica depende da atitude de pais e professoras

A bióloga Danúbia Nascimento precisa falar constantemente para a filha mais velha, Sophia, sobre os malefícios dos agrotóxicos, gordura, açúcar e até mesmo sobre consumismo, “Infelizmente a propaganda influencia, sim. No mercado ela pede pra comprar Friboi. Sempre pede pra ir no *Subway* ou *McDonald's* e, embora já tenha levado uma vez, sempre tenho que fazer o discurso da comida saudável”. A psicóloga Dóris Wiederkehr, mãe de dois meninos, percebe que uma rotina de alimentação saudável aliada à formação de uma visão crítica contribui para reduzir o consumo induzido pela propaganda. Ela garante que “é possível evitar o consumo de forma simples, não comprando, explicando que aquilo não é alimento, não ajuda a crescer nem a ser forte e ter saúde.

E como não existem propagandas de vegetais, frutas e outros alimentos bons, Daniele Galeriano acredita que “essa realidade só será revertida com o fortalecimento de políticas públicas que incentivem o consumo de alimentos saudáveis e desestimulem o consumo de produtos processados”. Foi Daniele que, em 2009, com apoio do Centro Ecológico e da Secretaria de Educação de Três Cachoeiras, introduziu a polpa de açaí de juçara na alimentação escolar dos estudantes da rede pública do município, entre

outros alimentos orgânicos da agricultura familiar. O alimento saudável e da Mata Atlântica substituiu gradativamente grande parte do achocolatado servido no lanche e, conforme a professora Aline Brambila Nascimento, da Escola Fernando Ferrari, isso melhorou até o comportamento dos alunos.

Escolas e família devem ser parceiras

Para Daniele Galeriano, a publicidade de alimentos deveria ser regulamentada, e, a exemplo de outros países, regulamentar principalmente a publicidade de produtos dirigidos ao público infantil, enquanto a família e a escola devem ser parceiras no incentivo contínuo a uma alimentação saudável.

A Escola Manoel João Machado segue essa receita. Os alunos são encorajados a analisar a procedência e comercialização dos alimentos. “Trabalhamos alimentação saudável incentivando alimentos naturais, obtidos diretamente de feiras, e esclarecendo os métodos de obtenção dos alimentos industrializados, a carga de resíduos que carregam e suas implicações para a saúde das pessoas e o ambiente”.

A nutricionista destaca que o exemplo dos pais é fundamental: “Crianças seguem os hábitos dos pais e assim também é com os hábitos alimentares. Por isso é tão importante a família apoiar as ações realizadas na escola”.

Alimentação é prioridade para manutenção da saúde

A professora Lidiane Stona já consumia orgânicos antes de engravidar. Aqui ela conta como consegue passar esse hábito para as filhas de quase cinco e quase dois anos, mesmo com os apelos da publicidade.

Centro Ecológico - As meninas pedem para tu comprares produtos que elas veem na televisão?

Lidiane Stona - É claro que alguns produtos de alimentação infantil bem pobre de nutrientes, exageram na publicidade para encantar as crianças, mas o que considero mais importante é o que realmente se consome em casa e a maneira como os alimentos são tratados (maus e bons). Minhas filhas têm plena consciência de quais são os alimentos que fazem bem, deixam-nas saudáveis e bem nutridas. Comem todos os dias pelos menos duas frutas e de preferência orgânicas e muitos legumes e verduras orgânicos também.

Como tu fazes para manter a alimentação saudável para elas, diante dos apelos da publicidade?

Então, considero o exemplo e o diálogo preventivo a melhor maneira de enfrentar os apelos midiáticos dos alimentos altamente processados.

Algumas vezes é inevitável ceder a tantas guloseimas apresentadas no supermercado, então seleciono o que acho menos pior e dou como opção para escolherem uma no máximo na semana. Considero a alimentação da minha família como prioridade para manutenção da saúde e do crescimento das minhas filhas, desde a minha gravidez procuro manter uma alimentação saudável dando prioridade aos alimentos orgânicos e quanto mais natural melhor.

Alguns pontos de venda de orgânicos no Litoral Norte/RS

- Coopet - Rua Marcos Rolim - fone 51 3667 2847 Três Cachoeiras
- Ecotorres - Gal. Osório 158 - fone 51 3664 5375 - Torres
- Feira Ecológica Lagoa do Violão - sábados das 7 às 12 na José Bonifácio em frente ao Detran- Torres