

Ações de promoção da alimentação adequada e saudável na escola

**Coordenação-Geral de Alimentação e Nutrição
Departamento de Atenção Básica
Secretaria de Atenção à Saúde/ Ministério da Saúde
(CGAN/DAB/SAS/MS)**

26 de março de 2015



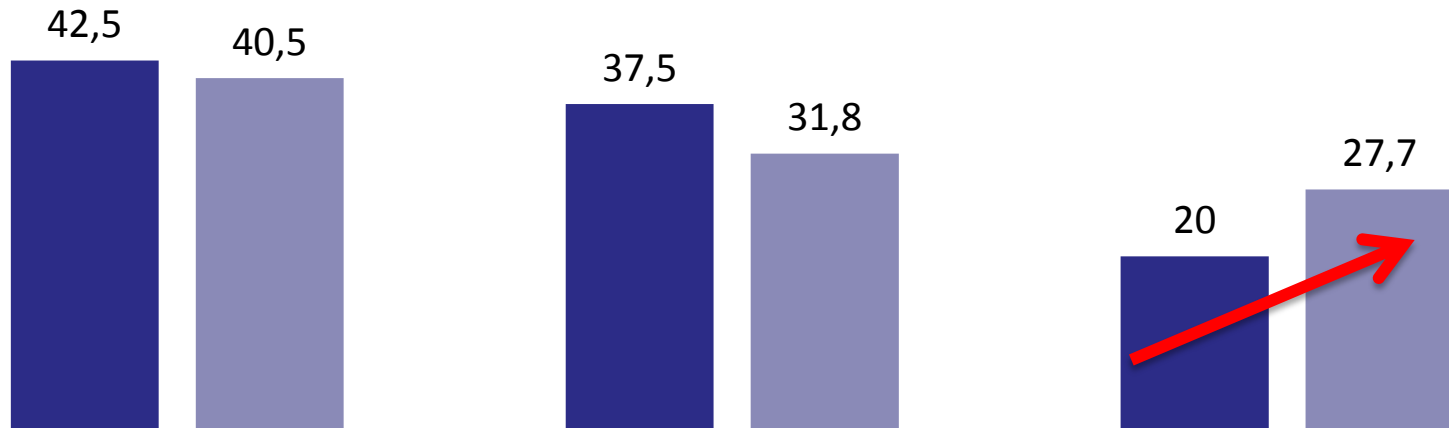
Ministério da
Saúde



Cenário alimentar e nutricional – Brasil

Aquisição de Alimentos no Brasil. POF.

■ 2002/3 ■ 2008/9



Alimentos in natura ou minimamente processados



Alimentos processados e ingredientes culinários



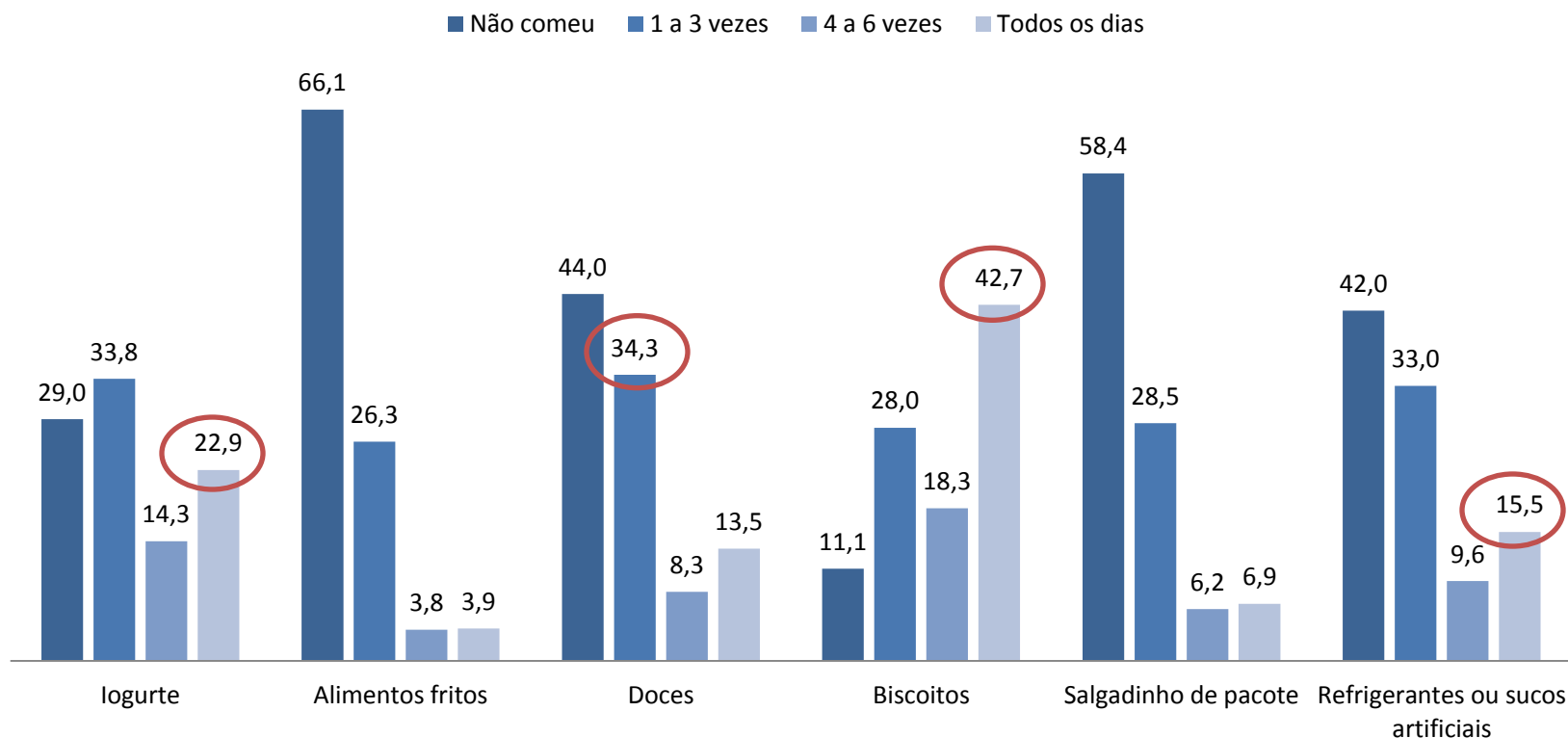
Alimentos ultraprocessados



Monteiro, C.A., et al. 2010

Consumo alimentar em crianças brasileiras

Frequencia semanal de consumo em crianças de 6 a 24 meses



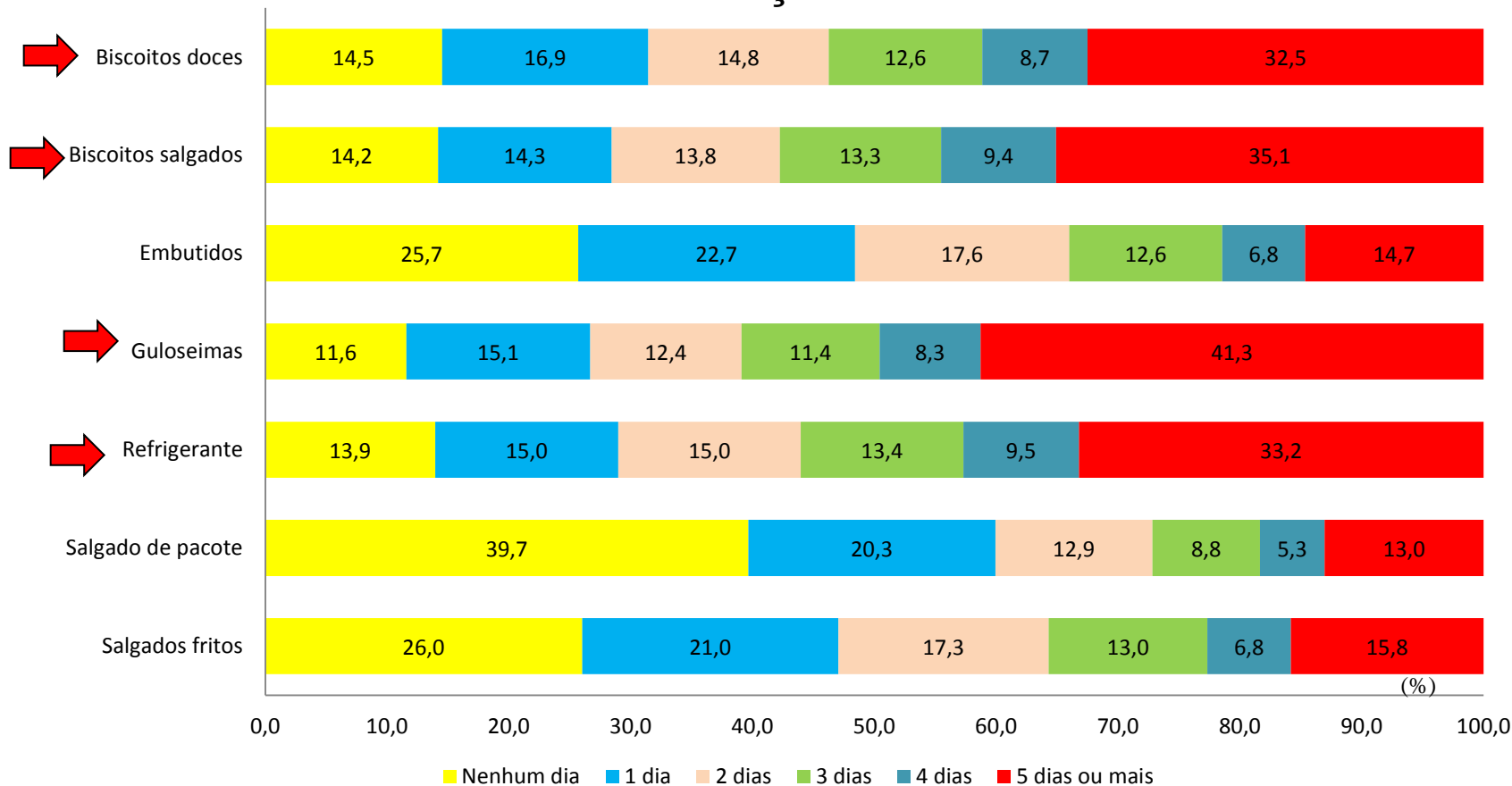
*II Pesquisa Nacional de Prevalência de Aleitamento Materno – Brasil 2009.

Bortolini et al. Dados não publicados. 2014.

Consumo alimentar em adolescentes brasileiros

PeNSE 2012

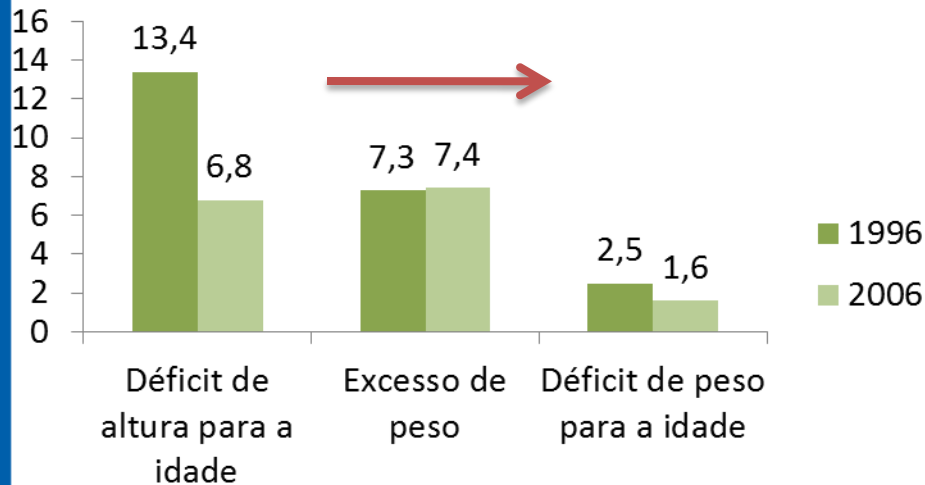
Marcadores de alimentação não saudável*



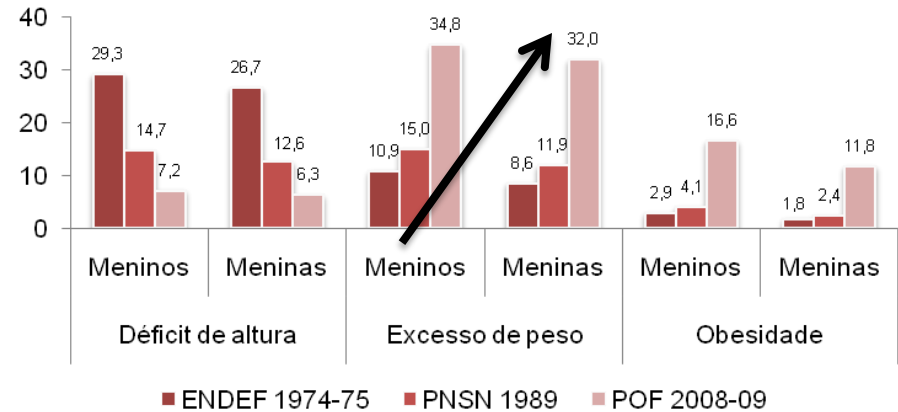
* nos últimos sete dias

Sobrepeso e Obesidade na Infância e Adolescência

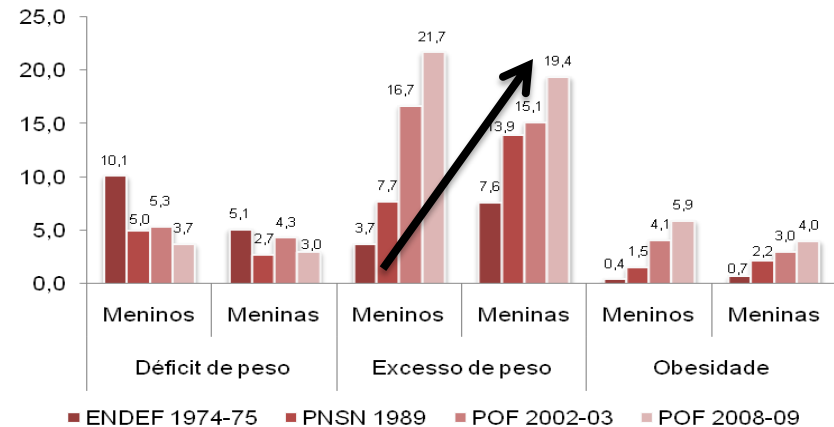
Estado Nutricional de crianças brasileiras menores de cinco anos - Evolução PNDS 1996, 2006



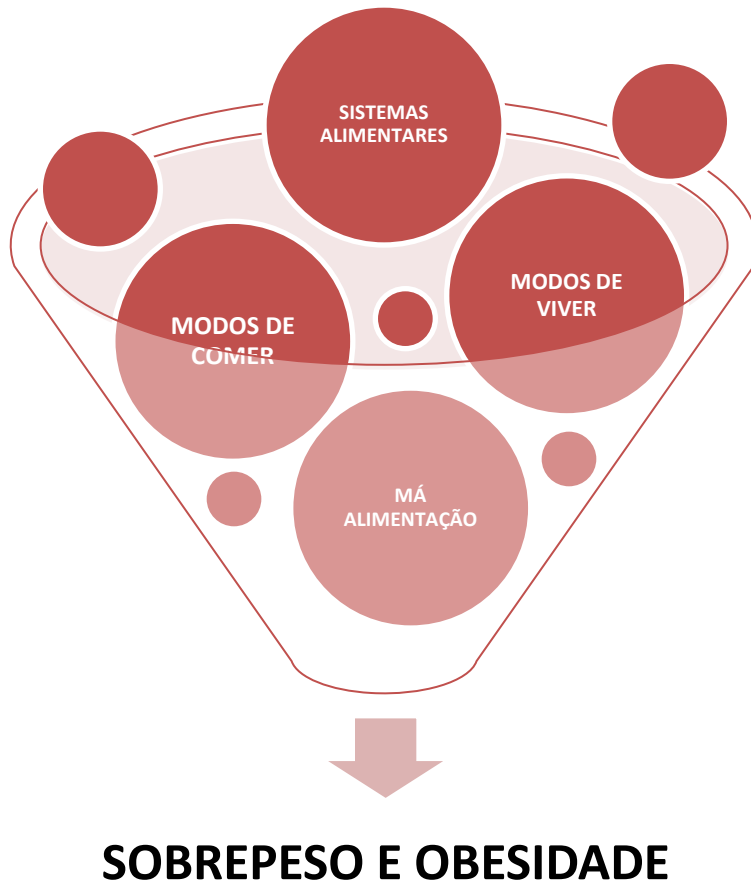
Crianças de 5 a 9 anos



Adolescentes



Determinação Multifatorial e Social do Sobrepeso e Obesidade



Demanda de Ações:

- Perante o sistema alimentar.
- **Promoção da Alimentação Adequada e Saudável.**
- Vigilância Alimentar e Nutricional.
- Atenção integral à saúde.
- **Regulação e Controle.**

Política Nacional de Alimentação e Nutrição (PNAN)



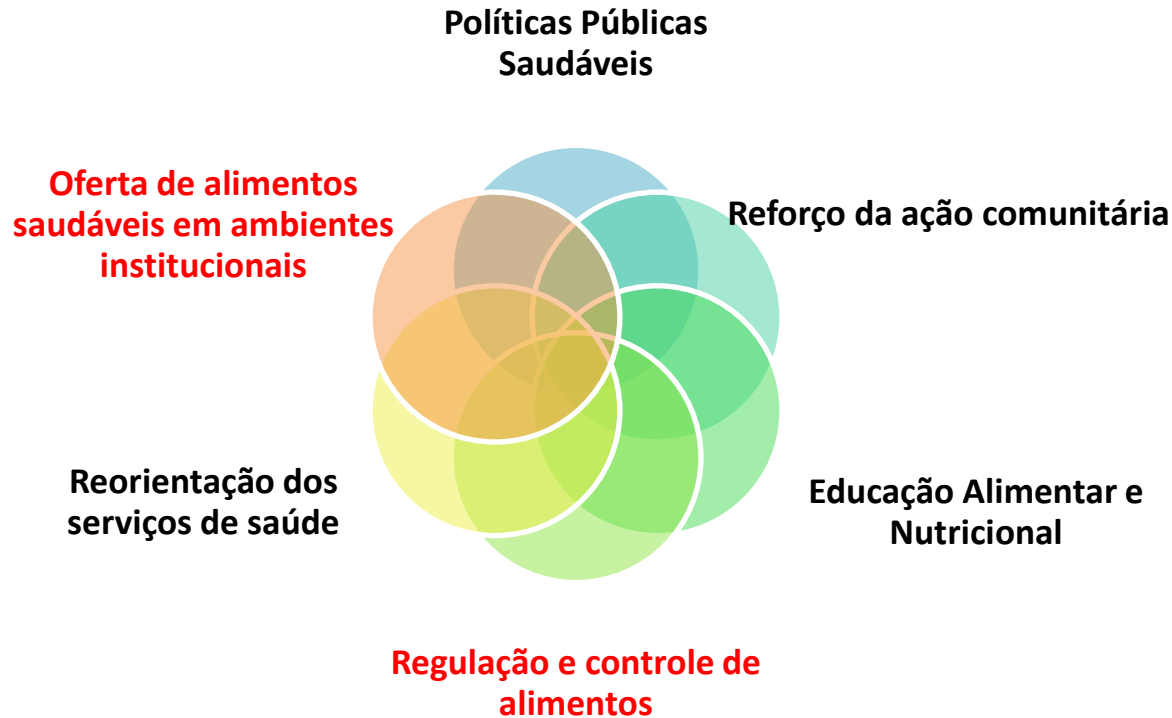
9. Articulação e Cooperação para a SAN



Ministério da Saúde



Promoção da Alimentação Adequada e Saudável



Ações de:

- Incentivo
- Apoio
- Proteção

Conjunto de estratégias que proporcionem aos indivíduos e coletividades a realização de práticas alimentares adequadas e saudáveis.

Guia Alimentar para a População Brasileira 2014



2ª Edição
2014

Princípio: **Guias Alimentares ampliam a autonomia nas escolhas alimentares**

- Fortalecimento das pessoas, famílias e comunidades para se tornarem agentes produtores de sua saúde, ampliando autocuidado e agindo sobre fatores determinantes.
- Autonomia associada também ao ambiente → forma de organização da sociedade, valores culturais, educação, saúde etc.
- Linguagem clara e de fácil entendimento.
- Instrumento de EAN para profissionais que trabalham com promoção da saúde.



RECOMENDAÇÕES:

Faça de alimentos in natura ou minimamente processados a base de sua alimentação.



Utilize óleos, gorduras, sal e açúcar em pequenas quantidades ao temperar e cozinhar alimentos e criar preparações culinárias.



Limite o uso de alimentos processados, consumindo-os, em pequenas quantidades, como ingredientes de preparações culinárias ou como parte de refeições baseadas em alimentos in natura ou minimamente processados.

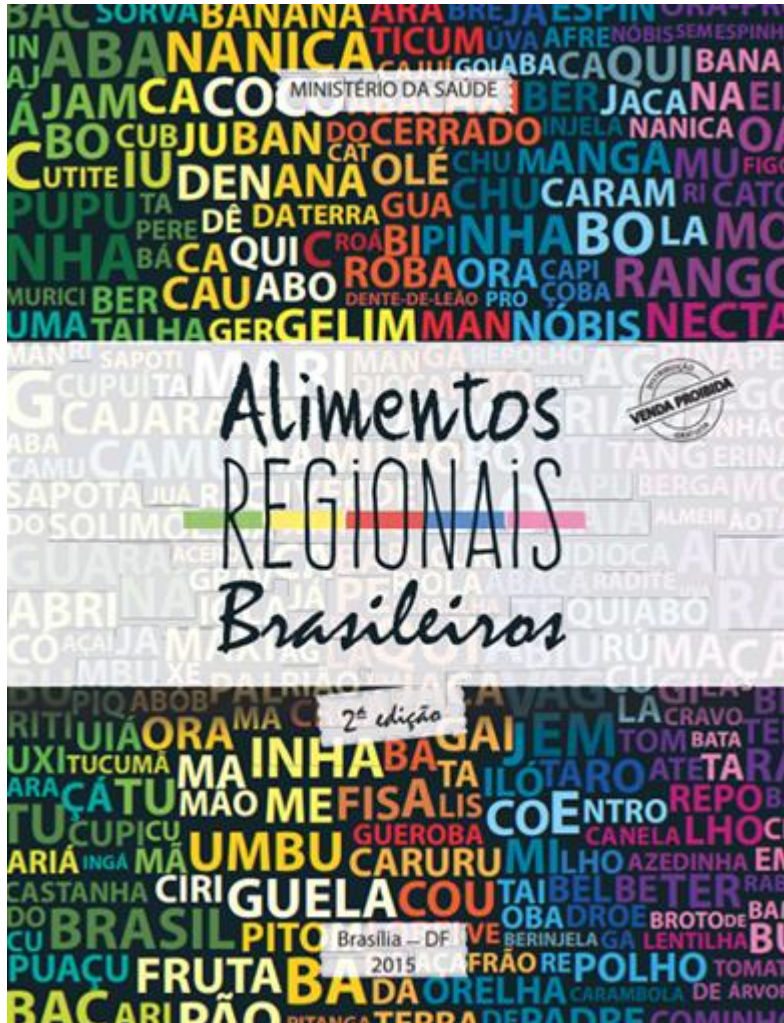


Evite alimentos ultraprocessados.

REGRA DE OURO:

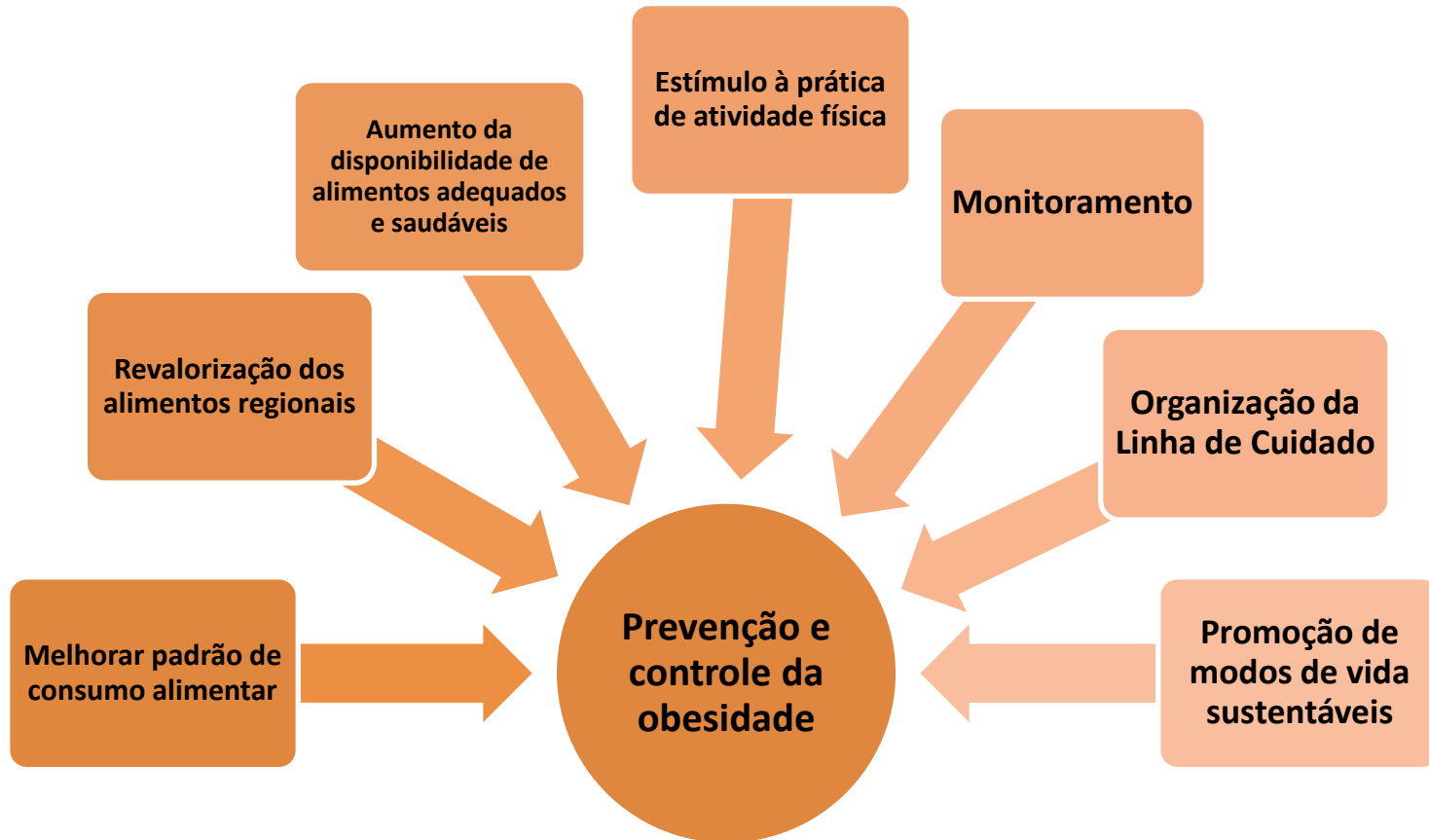
Prefira sempre alimentos in natura ou minimamente processados e preparações culinárias a alimentos ultraprocessados

Lançamento!



- Promoção da Alimentação Adequada e Saudável a partir do resgate, valorização e fortalecimento da cultura alimentar brasileira.
- Valorização da agricultura sustentável que respeita o conhecimento local e defende a biodiversidade, o reconhecimento da herança cultural e valor histórico do alimento.

ESTRATÉGIA INTERSETORIAL DE PREVENÇÃO E CONTROLE DA OBESIDADE



OBJETIVOS

EIXOS DE AÇÃO

- 1. Disponibilidade e acesso a alimentos adequados e saudáveis.**
2. Educação, comunicação e informação.
- 3. Promoção de modos de vida saudáveis nos ambientes/ territórios.**
4. Vigilância Alimentar e Nutricional e das práticas de atividade física da população.
5. Atenção integral à saúde do indivíduo com excesso de peso/obesidade.
- 6. Regulação e controle da qualidade e inocuidade dos alimentos.**

3) Promoção de modos de vida saudáveis nos ambientes/ territórios.

- **ESCOLAS:**

- Local privilegiado para a promoção da saúde e prevenção do sobrepeso e da obesidade.
- Difusão de informações, socialização, compartilhamento e a corresponsabilidade de diversos atores sociais.
- Ações que favoreçam escolhas alimentares e nutricionais saudáveis
- Afirmação de uma cultura de paz.
- Prezar pelos hábitos alimentares tradicionais.
- Estímulo à atividade física.
- - com



3) Promoção de modos de vida saudáveis nos ambientes/territórios.

Fortalecimento das ações voltadas ao desenvolvimento integral dos educandos e da relação entre escolas e UBS para o enfrentamento de vulnerabilidades que comprometem o desenvolvimento e a saúde integral.
Possibilidade de identificação de escolares em risco nutricional.



Ações desenvolvidas:

Componente I – Avaliação das Condições de Saúde

Componente II – Promoção da Saúde e Prevenção de Agravos Essenciais

Componente III - Educação Permanente e Capacitação de profissionais da educação nos temas da saúde

Componente IV - Monitoramento e Avaliação da Saúde dos estudantes

Componente V - Monitoramento e a Avaliação do PSE

Mais de 18 milhões de alunos em 4.787 municípios
19.999 escolas com creche que participam do programa



3) Promoção de modos de vida saudáveis nos ambientes/territórios.

PROGRAMA MAIS EDUCAÇÃO:

- Ampliação da jornada escolar e a organização curricular, na perspectiva da Educação Integral.
- Ações de **promoção da saúde (incluindo ações de educação alimentar e nutricional, como por exemplo as hortas escolares pedagógicas);**
- Articulação intersetorial: MEC, MINC, ME, MMA, MDS, MCT...

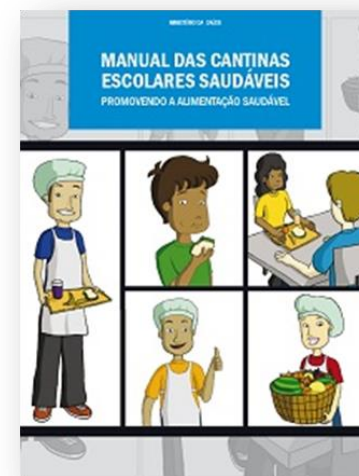
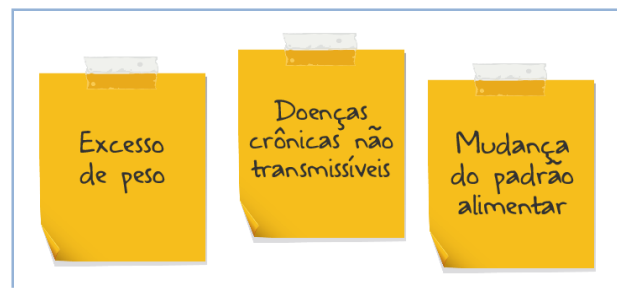
PROGRAMA NACIONAL DE ALIMENTAÇÃO ESCOLAR (PNAE):

- São atualmente atendidos **45 milhões** de alunos da atenção básica.
- Resolução CD/FNDE nº 26/2013: Ações de Educação Alimentar e Nutricional, respeitando a cultura e hábitos saudáveis.
- Inserção do tema da alimentação saudável nos currículos e projetos pedagógicos.



ACORDO DE COOPERAÇÃO ENTRE MINISTÉRIO DA SAÚDE E FEDERAÇÃO NACIONAL DAS ESCOLAS PARTICULARES (FENEP)

- **Objetos do Acordo para promoção da alimentação saudável nas escolas da rede privada de ensino:**
- Planejar, execução e avaliação de estratégias para promoção da qualidade de vida, priorizando a **promoção da Alimentação Saudável**
- Planejar e implantar **campanhas de comunicação e informação** em saúde com foco na comunidade escolar
- Elaborar, definir e implementar planos de alimentação saudável, com enfoque especial nas **cantinas escolares**
- Elaborar e definir **estratégias de reconhecimento das cantinas saudáveis**



18 mil escolas
particulares associadas

6) Regulação e controle da qualidade e inocuidade dos alimentos

- **Melhoria da qualidade nutricional e sanitária.**
- **Medidas econômicas e legislativas para a promoção do consumo saudável:**
 - Construção de política fiscal de promoção do consumo de alimentos saudáveis.
- **Regulação da publicidade e práticas de marketing:**
 - Discussão da regulamentação com base na publicação da OPAS - Recomendações para o marketing de alimentos e bebidas não-alcoólicas para crianças (Brasília, Jun/ 2009).
 - Discussão de alternativas para a RDC 24/2010 da ANVISA
- **Força-tarefa para impulsionar projetos de Lei em tramitação no Congresso Nacional.**



85% dos pais afirmaram que a publicidade influencia nos pedidos das crianças

Durante um ano, 72% dos comerciais referiam-se a alimentos não saudáveis, ricos em gordura, açúcar e/ou sal

No horário de pico da TV, houve 2 comerciais sobre alimentos não saudáveis

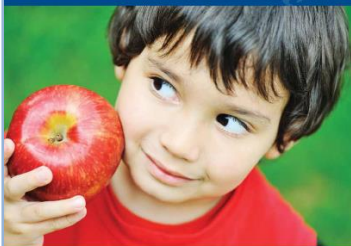
REGULAMENTAÇÃO:

- Cantinas escolares
- Publicidade de alimentos

Alimentos disponíveis no ambiente escolar são produtos normalmente com baixo valor nutricional e alto valor energético

81,51% compram alimentos da cantina

Recomendações da Consulta de Especialistas da Organização Pan-Americana da Saúde sobre a Promoção e a Publicidade de Alimentos e Bebidas Não Alcoólicas para Crianças nas Américas



Ministério da Saúde

GOVERNO FEDERAL
BRASIL
PÁTRIA EDUCADORA

Cantinas Escolares



Ministério da
Saúde



Cantinas escolares

Fator ambiental que contribui para a permanência do aluno na escola fora do horário de aulas

Alimentos disponíveis no ambiente escolar, especialmente nas lanchonetes, são produtos normalmente com baixo valor nutricional e alto valor energético

Alimentos mais comprados: doces, salgados, salgadinhos e refrigerantes

Escolares consomem de **25 a 33% das calorias diárias na escola**

Entrevistados:

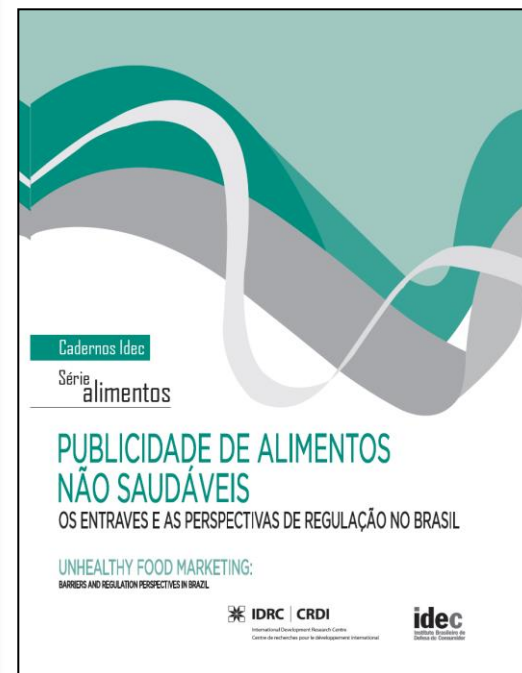
Opinião unânime de que lei federal reforçaria e alavancaria a qualidade nutricional dos lanches e bebidas disponíveis para venda nas lanchonetes



Regulamentação da Comercialização de Alimentos em Escolas no Brasil

19 projetos de lei propõem sobre a regulação do marketing de alimentos em escolas e/ou estabelecimentos educacionais. Dentre esses:

- **15 projetos de lei dispõem exclusivamente sobre comercialização e/ou publicidade de alimentos nas escolas;**
- Um projeto de lei que regula marketing nas escolas também propõe a regulação da comercialização, propondo **a proibição de comercialização de refrigerantes para menores de 18 anos;**
- Dois projetos de lei que além de dispor sobre **o marketing de alimentos nas escolas**, regulam também a publicidade; publicidade dirigida ao público infantil; brindes associados aos alimentos;
- Um PL que além de dispor sobre o **marketing de alimentos nas escolas**, regulamenta brindes associado a alimentos, rotulagem/embalagem de alimentos, publicidade de alimentos



Fonte: IDEC, 2014.

Regulamentação da Comercialização de Alimentos em Escolas no Brasil

➔ Legislações estaduais e municipais sobre a regulamentação do comércio de alimentos em escolas:

- **6 estados + DF**
(PR, SP, RJ, MT, SC, RS)
- **11 municípios**
(Itapetininga/SP, Jundiaí/SP, Ribeirão Preto/SP, Rio de Janeiro/RJ, Belo Horizonte/MG, Campo Grande/MS, Pelotas/RS, Porto Alegre/RS, Florianópolis/SC, Aracaju/SE, e Natal/CE)

Publicidade de alimentos



Ministério da
Saúde



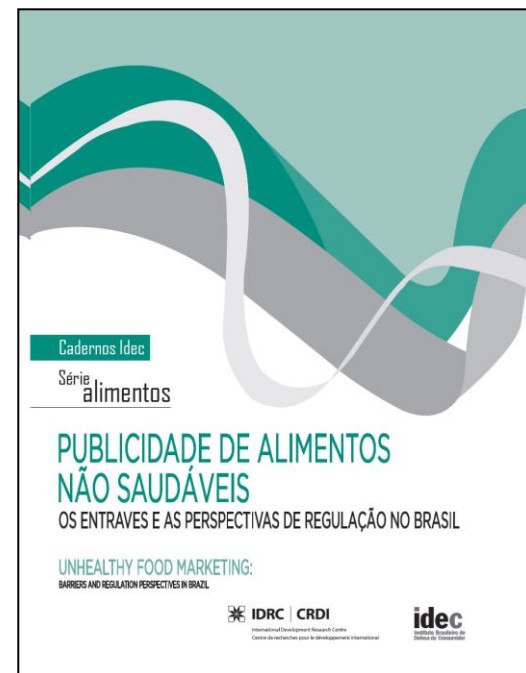
Regulamentação da Publicidade de Alimentos no Brasil

25 projetos de lei dispõem sobre a publicidade de alimentos. Dentre esses:

- Oito projetos de lei dispõem **exclusivamente sobre a publicidade** de alimentos;
- Oito projetos de lei dispõem **exclusivamente sobre publicidade infantil**;
- Dois projetos de lei regulam a publicidade infantil e **a associação de brindes a comercialização** de alimentos;
- Um projeto de lei regula a **publicidade de alimentos e a publicidade infantil** de alimentos;
- Dois projetos de lei regulam **publicidade, publicidade infantil, brindes e marketing de alimentos nas escolas**;
- Dois projetos de lei versam sobre **publicidade e rotulagem/embalagem** de alimentos;
- Um projeto de lei versa sobre **publicidade; publicidade infantil e rotulagem/embalagem** de alimentos;
- Um PL que dispõe sobre **publicidade e marketing de alimentos nas escolas regulamenta brindes associado a alimentos, rotulagem/embalagem** de alimentos.

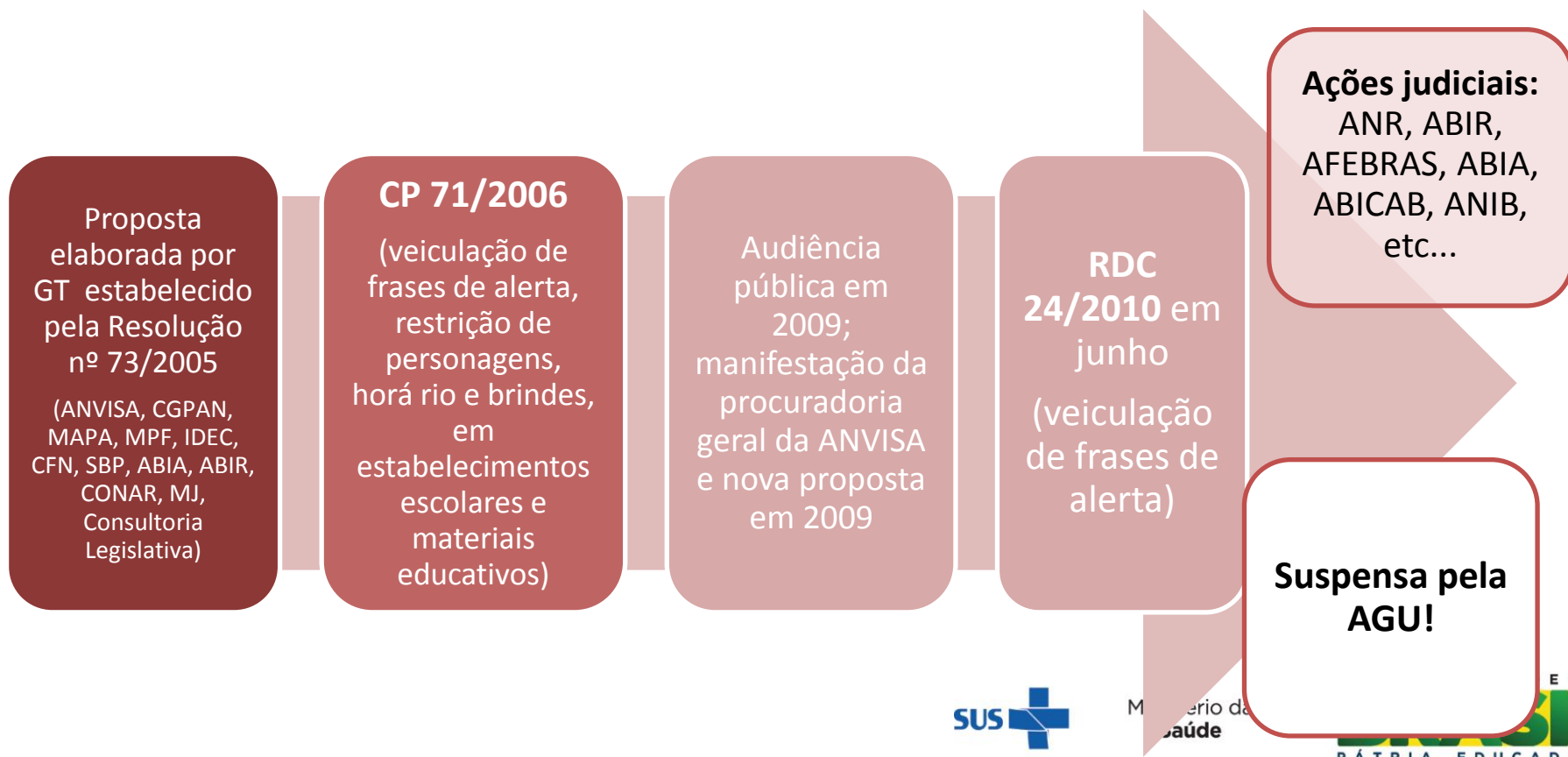


Ministério da
Saúde



RDC nº 24/2010: ANVISA propôs regulamentação da publicidade de alimentos ricos em açúcar, gorduras saturadas e trans e sódio.

Objetivo: assegurar informações indisponíveis à preservação da saúde de todos aqueles expostos à oferta, propaganda, publicidade, informação e outras práticas cujo objetivo seja a divulgação e a promoção comercial dos alimentos citados a cima.



Lei nº 11.265 de 03 de janeiro 2006

Regulamenta a comercialização de alimentos para lactentes e crianças de primeira infância e também a de produtos de puericultura correlatos

Objetiva contribuir para a adequada nutrição dos lactentes e das crianças de primeira infância por meio dos seguintes meios:

- I – regulamentação da promoção comercial e do uso apropriado dos alimentos para lactentes e crianças de primeira infância, bem como do uso de mamadeiras, bicos e chupetas;
- II – proteção e incentivo ao aleitamento materno exclusivo nos primeiros 6 (seis) meses de idade; e
- III – proteção e incentivo à continuidade do aleitamento materno até os 2 (dois) anos de idade após a introdução de novos alimentos na dieta dos lactentes e das crianças de primeira infância.

Aguardando Regulamentação
(em avaliação pela Civil)



Ministério da
Saúde

RESOLUÇÃO Nº 163, DE 13 DE MARÇO DE 2014

CONANDA dispõe sobre a abusividade do direcionamento de publicidade e de comunicação mercadológica à crianças e ao adolescente



Intenção de persuadi-la
para o consumo de
qualquer produto
ou serviço

- I - Linguagem infantil, efeitos especiais e excesso de cores;*
- II - trilhas sonoras de músicas infantis ou cantadas por vozes de criança;*
- III - representação de criança;*
- IV - pessoas ou celebridades com apelo ao público infantil;*
- V - personagens ou apresentadores infantis;*
- VI - desenho animado ou de animação;*
- VII - bonecos ou similares;*
- VIII - promoção com distribuição de prêmios ou de brindes colecionáveis ou com apelos ao público infantil; e*
- IX - promoção com competições ou jogos com apelo ao público infantil.*

*Anúncios impressos, comerciais televisivos, **spots** de rádio, **banners** e páginas na internet, embalagens, promoções, **merchandising**, ações por meio de **shows**, e apresentações e disposição de produtos nos pontos de vendas

Coordenação Geral de Alimentação e Nutrição

Departamento de Atenção Básica

Secretaria de Atenção à Saúde

Ministério da Saúde

cgan@saude.gov.br

Tel. 0 55 61 3315-9004



Ministério da
Saúde

