

PROGRAMA DE DISCIPLINA

DISCIPLINA: Tópicos em Nutrição II - Ambiente alimentar de informação

CÓDIGO: EFM044

DEPARTAMENTO: Departamento de Nutrição

CARGA HORÁRIA TOTAL	CRÉDITOS
30 horas	02

VERSÃO CURRICULAR: 2017/01

PERÍODO:

CLASSIFICAÇÃO DA DISCIPLINA: () Obrigatória (X) Optativa

PRÉ-REQUISITOS

Nenhum

EMENTA

Conceito e características do ambiente alimentar de informação. Exposição à publicidade de alimentos e a nutrição de indivíduos. Bases regulatórias da publicidade de alimentos no Brasil. Instrumentos de monitoramento do ambiente alimentar de informação. Cenário do ambiente alimentar de informação no Brasil.

OBJETIVO GERAL

Discutir o ambiente alimentar de informação e seu impacto na nutrição de indivíduos, conhecer as bases regulatórias da publicidade de alimentos no Brasil e desenvolver habilidades para a análise das características de publicidade de alimentos.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Conceituar o ambiente alimentar de informação;
- Analisar as evidências científicas acerca do impacto da exposição à publicidade de alimentos no estado nutricional de adultos e crianças;
- Apresentar as bases regulatórias da publicidade de alimentos no Brasil;
- Capacitar o aluno na identificação da publicidade enganosa e abusiva de alimentos e para aplicação de instrumentos de monitoramento do ambiente alimentar de informação;
- Descrever o cenário do ambiente alimentar de informação no Brasil.

METODOLOGIA

- Aulas assíncronas gravadas com apoio de power point com exposição do conteúdo teórico disponibilizadas no Moodle;
- Vídeos, podcasts e textos de apoio disponibilizados no Moodle;
- Aula síncrona de oficina para identificação de publicidade enganosa e abusiva de alimentos

no Microsoft Teams;

- Aula síncrona de oficina para simulação de estratégias para promoção do ambiente alimentar de informação saudável no Brasil no Microsoft Teams;
- Fóruns para esclarecimento de dúvidas no Moodle.

AVALIAÇÃO

Trabalhos orientados: 50,0 pontos (10,0 pontos cada)

Participação em oficinas: 40,0 pontos

Autoavaliação: 10,0 pontos

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

- Ambiente alimentar de informação: conceito e características
- Impacto da exposição à publicidade de alimentos no perfil nutricional de indivíduos
- Regulação da publicidade de alimentos no Brasil
- Monitoramento do ambiente alimentar de informação: instrumentos e resultados de pesquisas

BIBLIOGRAFIA

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

- Brasil. Lei nº. 8.078, de 11 de setembro de 1990. Código de Defesa do Consumidor. Dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/L8078.htm>.
- Agência Nacional de Vigilância Sanitária. Resolução RDC nº 24, de 15 de junho de 2010. Diário Oficial da União 2010. Disponível em: <http://portal.anvisa.gov.br/documents/33864/284972/RDC24_10_Publicidade%2Bde%2Balimentos.pdf/c406d0df-e88b-407a-9c0f-30da652f4a44>
- Brasil. Resolução nº 163 de 13 de março de 2014. Presidência da república. Secretaria de Direitos Humanos. Conselho Nacional dos Direitos da Criança e do Adolescente. 2014. Disponível em: <http://www.crianca.mppr.mp.br/pagina-1635.html#resolucao_163>.
- IDEC - Instituto Brasileiro de Defesa do Consumidor. Publicidade de alimentos não saudáveis os entraves e as perspectivas de regulação no Brasil. 1ª. ed. São Paulo: IDEC, 2014. Disponível em: <<https://idec.org.br/publicacao/publicidade-de-alimentos-nao-saudaveis-os-entraves-e-perspectivas-de-regulacao-no-brasil>>
- INFORMAS. Food Promotion. Disponível em: <https://www.informas.org/modules/food-promotion/>

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

- Sadeghirad B, Duhaney T, Motaghipisheh S, Campbell NR, Johnston BC. Influence of unhealthy food and beverage marketing on children's dietary intake and preference: a systematic review and meta-analysis of randomized trials Obesity Reviews. 2016;17:945–959. Disponível em: <<https://doi.org/10.1111/obr.12445>>
- Boyland EJ, Nolan S, Kelly B, Tudur-Smith C, Jones A, Halford JC, Robinson E. Advertising as a cue to consume: a systematic review and meta-analysis of the effects of acute exposure to unhealthy food and nonalcoholic beverage advertising on intake in children and adults.

Am J Clin Nutr. 2016;103(2):519-33. Disponível em:
<<https://doi.org/10.3945/ajcn.115.120022>>

- Brown V, Ananthapavan J, Veerman L, Sacks G, Lal A, Peeters A, et al. The Potential Cost-Effectiveness and Equity Impacts of Restricting Television Advertising of Unhealthy Food and Beverages to Australian Children. *Nutrients*. 2018; 10(5). Disponível em: <<https://doi.org/10.3390/nu10050622>>
- World Health Organization. Set of recommendations on the marketing of foods and non-alcoholic beverages to children 2010. Disponível em: <<https://www.who.int/dietphysicalactivity/publications/recsmarketing/en/>>.
- World Health Organization. Evaluating implementation of the WHO Set of Recommendations on the marketing of foods and non-alcoholic beverages to children 2018. Disponível em: <https://www.euro.who.int/data/assets/pdf_file/0003/384015/food-marketing-kids-eng.pdf>.

Todas as bibliografias indicadas estão disponíveis para consulta online