



<b>Evento</b>	Salão UFRGS 2013: IX SALÃO DE ENSINO
<b>Ano</b>	2013
<b>Local</b>	Porto Alegre - RS
<b>Título</b>	Projeto de Intervenção: Publicidade Infantil e Alimentação Escolar
<b>Autores</b>	RAFAELA DA SILVA MELO BÁRBARA GONÇALVES IVANOV CAMILA DE FÁTIMA KRUG
<b>Orientador</b>	ROSANGELA DE FATIMA RODRIGUES SOARES

O presente trabalho se caracteriza como uma proposta de intervenção pedagógica na escola que trata da publicidade infantil e a alimentação escolar. Consideramos que o debate entre (Mídia/Saúde/Alimentação/Educação) precisa ganhar mais notoriedade no espaço escolar, considerando a escola como um espaço importante para a promoção da saúde. Nossa proposta de intervenção tem como público-alvo estudantes dos sete aos nove anos do Ensino Fundamental com a possibilidade de utilização tanto em escolas da rede pública quanto da rede privada de ensino, tendo como objetivo discutir a relação entre mídia e educação, promover o consumo de alimentos saudáveis e a desenvolver a compreensão de sua contribuição para a promoção da saúde de uma forma atraente e lúdica. Como referencial teórico, destacamos as contribuições dos estudos desenvolvidos por Sampaio (2009), Steinberg e Kincheloe (2001) e Linn (2006) que nos ajudam a compreender que o processo de intensificação do acesso das crianças às mídias vem seguindo, lamentavelmente, a lógica da comercialização da infância. A descoberta de que as crianças e também os adolescentes constituem mundialmente um mercado rentável tem ocasionado o desenvolvimento do *marketing* infantil e a intensificação da publicidade dirigida a este segmento. O que está em foco aqui não é a apenas discussão apenas sobre os riscos para a saúde, mas em toda uma cadeia de formação da subjetividade infantil que esta produção corporativa tem provocado, o que justifica a necessidade de propostas de intervenção em espaços escolares (e também não escolares). A metodologia se caracteriza pela descrição detalhada das atividades realizadas (conteúdos possíveis, ações sistematizadas, recursos, cronograma e formas de acompanhamento). Esperamos que o projeto venha a contribuir de modo significativo com a construção de bons hábitos alimentares e também para um olhar mais problematizador para os imperativos da publicidade para o consumo de alimentos, salientando que o êxito desta proposta depende de um conjunto de ações estabelecidas entre diferentes sujeitos participantes: as crianças, as famílias e a escola.