

A fome oculta é um problema de saúde pública

Daniel Magnoni (*)

Ela é definida pela OMS como a carência de vitaminas e minerais, que ocorre quando o alimento consumido, apesar de saciar a fome, não possui qualidade suficiente para suprir as necessidades nutricionais do indivíduo.

Está associada a uma dieta deficiente em micronutrientes, porém, não obrigatoriamente pobre em calorias, podendo aparecer em pessoas que apresentam sobrepeso ou obesidade. A despeito de atingir pessoas de todas as idades e faixas de renda, a fome oculta é mais predominante nos países subdesenvolvidos e atinge em maior número crianças pequenas, meninas na adolescência, gestantes, lactentes, idosos. Famílias com baixos recursos são mais suscetíveis a carências nutricionais, pois muitas vezes consomem alimentos altamente energéticos e nutricionalmente pobres, sem variedade de frutas, legumes, peixes e carnes.

Em países desenvolvidos, deficiências nutricionais podem estar relacionadas a períodos de recessão econômica, quando o custo do alimento se torna um determinante maior para a compra do que sua qualidade, e também como resultado de mudanças no estilo de vida, como o aumento no consumo de alimentos processados pobres em nutrientes.

No Brasil, é possível identificar a dupla carga de doenças relacionadas com a alimentação, como o sobrepeso e a obesidade, juntamente com a deficiência de micronutrientes. Estudos indicam a inadequação na ingestão de cálcio, magnésio, selênio,

zinco e vitaminas E, D, A e C. A prevalência de inadequação de vitamina B12 e de ferro também foi bem frequente nos resultados.

Como muitas vezes a fome oculta não manifesta sinais claros ou sintomas, ela pode passar despercebida pelo indivíduo e profissionais de saúde. Assim, a deficiência mantida por um período prolongado pode causar consequências graves em longo prazo, afetando o crescimento do indivíduo e até mesmo comprometendo seu desenvolvimento cognitivo.

Micronutrientes também têm importante papel preventivo, como é o caso de vitaminas com ação antioxidante, que diminuem o risco de doenças crônicas, e da vitamina D, que juntamente com o cálcio participa da manutenção da saúde óssea e prevenção da osteoporose.

As principais estratégias para o combate à fome oculta envolvem educação nutricional e informações sobre a importância da maior diversidade da alimentação, fortificação de alimentos e suplementação. O estímulo ao consumo adequado de cereais, leguminosas, frutas, hortaliças, leite e derivados, e a redução de outros altamente processados é essencial para a adequação do consumo de nutrientes.

Assim, é relevante que haja a orientação do consumidor para a adequada escolha dos alimentos que farão parte das suas refeições, priorizando aqueles que oferecem maior quantidade e qualidade de nutrientes e que atendam às suas necessidades em todos os momentos da vida.

(*) - Diretor de Serviço de Nutrição Clínica do Hcor; Mestre em cardiologia pela Unifesp; especializado em Clínica Médica, Nutrologia e Nutrição Parenteral e Enteral pela AMB/CFM, é consultor da iniciativa Nutrientes para a Vida.

Uso excessivo de remédios 'pode matar' 10 milhões ao ano até 2050

Relatório de entidades ligadas à Organização das Nações Unidas (ONU), divulgado ontem (29), alerta que o uso excessivo de medicamentos e os consequentes casos de resistência antimicrobiana podem causar a morte de até 10 milhões de pessoas todos os anos até 2050

O prejuízo à economia global, segundo o documento, pode ser tão catastrófico quanto a crise financeira que assolou o mundo entre 2008 e 2009.

A estimativa é que, até 2030, a resistência antimicrobiana leve cerca de 24 milhões de pessoas à extrema pobreza. Atualmente, pelo menos 700 mil pessoas morrem todos os anos devido a doenças resistentes a medicamentos – incluindo 230 mil por causa da chamada tuberculose multirresistente.

“Mais e mais doenças comuns, incluindo infecções do trato respiratório, infecções sexualmente transmissíveis e infecções do trato urinário estão se tornando intratáveis”,



700 mil pessoas morrem todos os anos devido a doenças resistentes a medicamentos.

destacou a Organização Mundial da Saúde (OMS) por meio de comunicado.

“O mundo já está sentindo as consequências econômicas e na saúde à medida em que medi-

camentos cruciais se tornam ineficazes. Sem o investimento dos países em todas as faixas de renda, as futuras gerações terão de enfrentar impactos desastrosos da resistência antimicrobiana descontrolada”, completou a entidade.

O relatório recomenda, entre outras medidas, priorizar planos de ação nacionais para ampliar os esforços de financiamento e capacitação; implementar sistemas regulatórios mais fortes e de apoio a programas de conscientização para o uso responsável de antimicrobianos e investir em pesquisa e no desenvolvimento de novas tecnologias para combater a resistência antimicrobiana (ABR).

Sri Lanka proíbe roupas e véus que cobrem rosto

Após uma série de atentados terroristas que deixaram 250 mortos na Páscoa, o Sri Lanka decidiu proibir que as pessoas circulem por vias públicas com os rostos cobertos, como os véus islâmicos. A medida foi anunciada no domingo (28) pelo presidente Maithripala Sirisena, que assinou um decreto especial que entrou em vigor ontem (29).

“A proibição é para garantir a segurança nacional. Ninguém deveria ocultar seu rosto para dificultar a identificação”, informou o governo em uma nota. Atualmente, os muçulmanos representam cerca de 10% da população do Sri Lanka, de 21 milhões de pessoas. A maioria pratica o budismo e o hinduísmo no país.

No último dia 21, oito explosões simultâneas atingiram hotéis e igrejas de Colombo, Katana e Catticaloa, deixando cerca de 250 mortos. Os ataques ocorreram durante as celebrações da Páscoa católica e foram assumidos pelo National Thowheeth Jama'ath (NTJ), grupo terrorista local comandando por Zahran Hashim (ANSA).

Aleitamento materno promove crescimento cerebral de prematuros

Um estudo mostrou que bebês prematuros, que consomem leite materno, têm níveis significativamente mais altos de substâncias químicas importantes para o crescimento do cérebro. O estudo apresentado no Encontro das Sociedades Acadêmicas Pediátricas 2019 em curso em Baltimore, Estados Unidos, selecionou bebês que tinham muito baixo peso ao nascer (menos de 1.500 gramas) e 32 semanas de idade gestacional ou menos ao nascer.

A equipe da Children's National coletou dados da massa branca frontal direita e do cerebelo via espectroscopia de ressonância magnética de prótons. Os espectros de massa branca cerebral mostraram níveis significativamente maiores de inositol, uma molécula semelhante à glicose, para bebês alimentados com leite materno, em comparação com os bebês alimentados com fórmula, de acordo com o estudo.

Os espectros cerebelares mostraram níveis de creati-



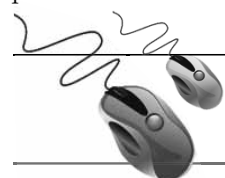
Bebês prematuros que consomem leite materno têm níveis mais altos de substâncias químicas importantes para o crescimento do cérebro.

na significativamente maiores em comparação com os bebês alimentados com fórmula. Além disso, a porcentagem de dias em que as crianças foram alimentadas com leite materno foi associada a níveis significativamente maiores de creatina e colina, um nutriente solúvel em água.

A creatina facilita a reciclagem da renovação energética da célula, pelo que maiores quantidades deste metabólito

resultaram em mudanças mais rápidas e maior maturação celular, enquanto a colina é um marcador da renovação da membrana celular, de acordo com o estudo.

“Os principais níveis de metabólitos aumentam durante os tempos em que os cérebros dos bebês experimentam crescimento exponencial”, disse a especialista em pediatria Katherine Ottolini, autora principal do estudo (ABR).



Ciência e Tecnologia

ricardosouza@netjen.com.br

Inteligência Artificial a favor do engajamento com clientes

Como e-commerces de todo o mundo estão se beneficiando da tecnologia para alavancar vendas por meio de anúncios cada vez mais relevantes para seu público

André Dylewski (*)

Você está navegando em um site quando de repente aparecem anúncios de produtos te convidando a olhar, clicar e comprar. Poucas horas na internet são suficientes para que uma grande variedade desses anúncios dispute sua atenção e tente te convencer a visitar o site da marca e possivelmente concluir uma compra. Mas o que torna essa experiência realmente bem-sucedida? Como evitar que essa tentativa de engajamento entre marcas e consumidores se torne algo invasivo?

Uma das estratégias que possibilita às marcas exibirem anúncios online direcionados ao perfil de consumo de cada indivíduo é o retargeting, cada vez mais utilizado para gerar tráfego e aumentar as taxas de vendas dos e-commerces. A ideia é atrair de volta consumidores que já visitaram o site para que concluem suas compras. Mas o que realmente diferencia uma experiência atrativa e personalizada de uma intrusiva são os mecanismos de Inteligência Artificial utilizados ao longo de cada campanha.

A boa notícia é que, de acordo com um relatório do Gartner divulgado no fim de 2018 sobre gastos dos CMOs, líderes de Marketing em todo o mundo estão cada vez mais confiantes em seus investimentos em tecnologia, inovação e personalização. E no Brasil não é diferente, pois o cenário de alta competitividade impulsiona as empresas a inovarem cada vez mais a fim de engajar os consumidores, proporcionando experiências significativas e consequentemente reduzindo a taxa de perda de clientes.

Conforme apontado pelo Gartner, em 2018, o mercado de martech representou 29% do orçamento total de marketing, em comparação com 22% em 2017. Investimentos específicos em personalização representaram mais de 14% dos orçamentos de marketing. Ainda segundo o estudo, mais da metade dos CMOs aumentou seu investimento em personalização desde 2017, o que reflete um comprometimento crescente em entregar mensagens relevantes aos clientes em grande escala, com conhecimento profundo da jornada de cada cliente e tecnologia para fornecer, medir e otimizar experiências. Afinal, engajar clientes de modo estruturado e consistente requer planejamento e estratégias bem definidas. E é aí que entra a Inteligência Artificial a favor das campanhas de Marketing

Como as máquinas conhecem os clientes – Os mecanismos de Inteligência Artificial geram um "conhecimento" sobre o comportamento de compras de cada cliente, tendo como base informações sobre o que essa pessoa comprou ou visualizou no passado, o que compradores com perfis semelhantes visualizaram ou compraram, bem como a data e hora de visualização. Basicamente, as tecnologias de recomendação de produtos online reúnem e analisam milhões de pontos de dados sobre suas preferências para gerar sugestões. Essas tecnologias precisam de enormes volumes de dados para fornecer previsões realmente precisas na hora de apresentar anúncios e banners que atraiam o consumidor enquanto ele navega.

Uma estratégia personalizada de retargeting, totalmente alimentada por algoritmos de Deep

Learning, é capaz de simular o cérebro humano no processamento de dados e na criação de padrões de tomada de decisão. Recomendações online altamente precisas, baseadas nessas técnicas, podem garantir até 50% mais eficiência às campanhas online.

Como funciona na prática – A Inteligência Artificial, no caso do Deep Learning, simula nossa maneira de pensar e aprende sem qualquer interferência externa. Um algoritmo irá analisar dezenas de milhares de conjuntos de dados em tempo real, com a finalidade de identificar padrões estatísticos complexos sem precisar de validação humana, testar diferentes combinações e aprender com os resultados e, consequentemente, gerar decisões precisas e mais assertivas. Ele obedecerá às regras gerais do anunciante, mas também poderá aprender e escrever suas próprias regras. Esta é a razão pela qual essa tecnologia é tão eficaz, não só para a indústria de anúncios.

Em resumo, na era digital, é essencial ao Marketing ter uma estratégia abrangente e precisa de engajamento online com clientes. A adoção de Inteligência Artificial é um dos pilares de uma estratégia de retargeting e permite rodar campanhas com altos índices de eficácia, com anúncios e recomendações de produtos realmente relevantes para satisfazer e engajar clientes, tornando-os mais propensos a comprar e retornar ao seu site num futuro próximo, e também reduzindo as frustrações geradas por anúncios fora de contexto.

(*) É country manager da RTB House no Brasil

News @TI

Desenvolvimento de softwares

A BairesDev se destaca mais uma vez como a empresa de soluções tecnológicas com o maior crescimento de toda a América Latina. Durante os últimos três anos, o crescimento superou 50%/ano, o que a levou a ser incluída, em 2018, na lista de companhias B2B mais importantes da América Latina. O serviço oferecido atende startups e grandes empresas. Os softwares altamente customizados são desenvolvidos dentro da estratégia do negócio e com o intuito de reduzir custos e aumentar eficiência para projetos de diferentes escalas. Entre os produtos oferecidos estão o desenvolvimento de aplicativos para conectar clientes e funcionários, desenvolvimento de soluções com Internet das Coisas e soluções em nuvem. Todos os colaboradores são desenvolvedores sênior - e mais de 74% possuem mais de dez anos de experiência (www.bairesdev.com).

Senior abre 100 vagas para várias cidades do Brasil

A Senior está com mais de 100 oportunidades de emprego. Entre os principais diferenciais da companhia estão o pacote de benefícios, salário compatível com o mercado, horário flexível, ambiente descontraído com espaços para games, deck com escorregador e espreguiçadeira, posto de alimentação com comércio da confiança, entre outros diferenciais. As vagas disponíveis no momento atendem profissionais das regiões de Blumenau, Joinville, São Paulo, Ribeirão Preto, Belo Horizonte, Recife, Fortaleza, Campo Grande e Porto Alegre. Entre as vagas disponíveis estão: Técnico de testes, Programador de sistemas, Analista de desenvolvimento de vendas, Técnico de suporte, Sales Development Representative, Coordenador de Produto, Analista de Comunicação, Gerente de TIC, Analista de testes, Analista de Suporte, Arquiteto de Softwares, Arquiteto de Soluções, Consultor de Implantação, Coordenador de Gestão Técnica de Negócios, Executivo de Contas (Novos Negócios), entre outros. Para saber mais informações sobre as vagas e também para participar do processo seletivo, o candidato deve acessar o link do portal do candidato Senior: <https://hcm.senior.com.br/careers/>

Pernambucanas lança Conta Digital

Hoje (30), a Pernambucanas, marca varejista nacional, lançará a Conta Digital Pernambucanas, chancelada pela PEFISA – fintech e braço financeiro do grupo. A conta apresentará serviços similares a uma conta corrente de qualquer instituição financeira, mas de forma bem mais simples e prática, com menos burocracia e com o diferencial de não ser um banco, mas sim uma rede centenária. “Estamos realmente orgulhosos em lançar essa nova facilidade que nos coloca, mais uma vez, em uma posição de vanguarda. Essa é mais uma evolução da união do Físico com o Digital, que tem nos tornado referência no mercado e transformado a forma com que nos relacionamos com nossos clientes”, afirma Sérgio Borriello, CEO da Pernambucanas.

Empresas & Negócios
José Hamilton Mancuso (1936/2017)

Diretora Comercial: Lilian Mancuso (lilian@netjen.com.br)

Editorias
Economia/Política: J. L. Lobato (lobato@netjen.com.br); *Ciência/Tecnologia:* Ricardo Souza (ricardosouza@netjen.com.br); *Livros:* Ralph Peter (ralphpeter@agenteliterarioralph.com.br); *TV:* Tony Auad (central-noticia@bol.com.br).
Colaboradores: Cícero Augusto, Eduardo Shinyashiki, Geraldo Nunes,

Webmaster/TI: Ricardo Baboo; *Editoração Eletrônica:* Ricardo Souza e Eduardo Oliveira. *Impressão:* LTJ Gráfica Ltda. *Serviço informativo:* Agências Estado, Brasil, Senado, Câmara, EBC, ANSA.

Artigos e colunas são de inteira responsabilidade de seus autores, que não recebem remuneração direta do jornal.

Jornal Empresas & Negócios Ltda
Administração, Publicidade e Redação: Rua Vergueiro, 2949 - 12º andar - cjs. 121 e 122 - Vila Mariana - Cep: 04101-300. Tel. 3043-4171 / 3106-4171 - E-mail: (netjen@netjen.com.br) - Site: (www.netjen.com.br). CNPJ: 05.687.343/0001-90 - JUCESP, Nire: 35218211731 (6/6/2003) - Matriculado no 3º Registro Civil de Pessoa Jurídica sob nº 103.