



Pesquisa analisa propaganda e publicidade de alimentos no Brasil

Não é novidade que dieta não saudável e inatividade física são fatores causadores de diversos males à saúde.

Não é novidade que dieta não saudável e inatividade física são fatores causadores de diversos males à saúde. Em 2003, a Organização Mundial da Saúde (OMS) publicou um relatório sobre nutrição e prevenção de doenças crônicas não transmissíveis, onde é citada a necessidade de controlá-las.

O governo pode atuar na prevenção dessas enfermidades com ações voltadas para melhoria da qualidade da dieta e que incentivem a prática de atividade física. No Brasil, em 2010, a Agência Nacional de Vigilância Sanitária (Anvisa) publicou a Resolução RDC 24/2010, a fim de regularizar a publicidade de alimentos, por meio de alertas para aqueles que são considerados com quantidade elevada de açúcar, de gordura saturada, de gordura trans e de sódio.

A iniciativa mostrou-se pioneira. Em nenhum outro país a publicidade de alimentos é regulamentada desta forma. Diante deste fato, a cientista de alimentos Amanda Daniela Moré viu a importância de fazer uma análise da RDC 24/2010. Sua pesquisa “Propaganda e publicidade de alimentos no Brasil”, desenvolvida no programa de Pós-graduação em Ciência e Tecnologia de Alimentos da Escola Superior de Agricultura “Luiz de Queiroz” (USP/ESALQ), analisou as legislações vigentes e as recomendações existentes sobre publicidade de alimentos e publicidade para crianças em outros países, além do Brasil. No estudo, orientado pela professora Gilma Lucazechi Sturion, do Departamento de Agroindústria, Alimentos e Nutrição(LAN), além da análise e comparação dos atos normativos sobre publicidade e propaganda de alimentos, principalmente voltado para o público infantil, levantou-se o histórico sobre os temas que levaram à elaboração e publicação da Resolução sobre publicidade e propaganda de alimentos pela Anvisa.

Os resultados mostram que a forma como foi proposta a Resolução RDC 24/2010 não educa o consumidor sobre como se alimentar adequadamente. De acordo com Amanda Daniela Moré, campanhas educativas sobre dieta equilibrada poderiam atingir eficazmente o objetivo de redução das doenças crônicas não transmissíveis, ao contrário da advertência na publicidade, que não educa o consumidor. “Alertas na publicidade não educam a população sobre como ter uma dieta equilibrada, muito menos sobre a importância da atividade física. Ações que incentivem estas práticas são necessárias.”, salienta.

Segundo a pesquisa, a maior incoerência da Resolução é não considerar os alimentos inseridos em uma dieta e, principalmente, o estilo de vida da pessoa que os consomem. Amanda explica que o alimento, na perspectiva individual, jamais será nocivo, podendo, entretanto, o hábito alimentar e a dieta inadequada oferecerem riscos à saúde. “Não se pode afirmar que o consumo em excesso de um único alimento pode aumentar o risco de obesidade, cárie dentária, diabetes, doença do coração ou pressão alta, sem nem mesmo definir o que é excesso. Ao contrário, todos os nutrientes, inclusive, açúcar, sódio e gordura são necessários para compor uma alimentação equilibrada. Não há alimentos bons ou maus, mas uma dieta bem ou mal equilibrada”, lembra.

A pesquisa conclui que, antes de proibir ou inserir mensagens negativas em comerciais televisivos ou material publicitário, devem ser estudadas e consideradas todas as formas de Marketing que podem atingir crianças e adultos. “A proibição poderá contribuir com o desenvolvimento de ferramentas e formas de abordagem que podem ser danosas às crianças. Estudos são necessários para encontrar o equilíbrio sustentável das atividades econômicas envolvidas e do desenvolvimento infantil”.