



## USP ESALQ – ASSESSORIA DE COMUNICAÇÃO

Veículo: Agência USP de Notícias

Data: 24/11/2011

Link: <http://www.usp.br/agen/?p=81903>

Caderno / Página: - / -

Assunto: Regras na publicidade de alimentos não educam consumidor

## Regras na publicidade de alimentos não educam consumidor



Resolução é incoerente ao desconsiderar o estilo de vida que o alimento se insere

*Com informações de Ana Carolina Miotto, da Assessoria de Comunicação da Esalq*

Com a necessidade de estabelecer uma dieta mais saudável para os brasileiros e uma consequente melhora na qualidade de vida, em 2010, a Agência Nacional de Vigilância Sanitária (Anvisa) publicou a Resolução RDC 24/2010, que regulariza a publicidade de alimentos, desde que contenha alertas para alimentos considerados pouco saudáveis. Entre eles estão produtos com quantidade elevada de açúcar, gordura saturada, gordura trans e de sódio.

Debruçada sobre este contexto e legislação, a cientista de alimentos Amanda Daniela Moré, da Escola Superior de Agricultura Luiz de Queiroz (Esalq) da USP, analisou as legislações vigentes e as recomendações existentes sobre publicidade de alimentos e publicidade para crianças em outros países, além do Brasil.

Dessa forma, o estudo denominado “Propaganda e publicidade de alimentos no Brasil” comparou os atos normativos sobre publicidade e propaganda de alimentos, principalmente os voltados para o público infantil, e levantou o histórico sobre os temas que levaram à elaboração e publicação da RDC 24/2010 pela Anvisa.

### Educação alimentar

De acordo com os resultados do estudo, orientado pela professora Gilma Lucazechi Sturion da Esalq, a forma como foi proposta a Resolução RDC 24/2010 não educa o consumidor sobre como se alimentar adequadamente.

Segundo Amanda, 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.

Outra incoerência da resolução é não considerar os alimentos inseridos em uma dieta e o estilo de vida da pessoa que os consomem, segundo o estudo. Amanda explica que o alimento, na perspectiva individual, jamais será nocivo, sendo o hábito alimentar e a dieta inadequada que oferecem 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.

Não é novidade que uma dieta não saudável e a 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.

No entanto, o estudo sugere 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”, conclui Amanda.

**Mais informações: (19) 3429-4485**