

FORO GLOBAL SOBRE SEGURIDAD ALIMENTARIA Y NUTRICIÓN (FAO): CONSULTA REGIONAL SOBRE TODAS LAS FORMAS DE MALNUTRICIÓN

1. ¿Cuáles problemas nutricionales se priorizan en su país? (desnutrición, sobrepeso/obesidad, deficiencias de micronutrientes, o todas las formas de malnutrición)

Atualmente, o principal problema nutricional no Brasil é a má nutrição, que se manifesta tanto pela desnutrição, como pelo sobrepeso e pela obesidade.

O país vem passando por um processo de transição nutricional, em que o problema da desnutrição energético-proteica cede lugar à obesidade decorrente de má-nutrição. Não à toa, segundo dados analisados pela Organização das Nações Unidas para Alimentação e Agricultura (FAO), caiu em 82% o número de brasileiros em situação de subalimentação, no período entre 2002 e 2013, o que levou à retirada do país do Mapa da Fome da Organização das Nações Unidas – ONU.

De outro lado, os resultados da Pesquisa de Orçamentos Familiares (POF) 2008-2009, consolidados pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatísticas – IBGE e apresentados oficialmente em 2010, revelam um salto no número de crianças de cinco a nove anos com excesso de peso. Em 1989, este índice era de 15% entre os meninos, tendo evoluído em 2008-09 para 34,8%. Observou-se padrão semelhante nas meninas, que de 11,9% no final dos anos 80, chegaram aos 32% em 2008-09.

Diante desses dados, verifica-se que a questão da má nutrição se complexificou no país: ou seja, não se trata mais apenas de combater a fome, mas também de enfrentar o sobrepeso e a obesidade.

2. ¿Cómo se abordan estos problemas? Por favor háganos saber si estos se abordan de manera independientemente, o como parte de una estrategia comprensiva, a través de políticas y programas que se enfocan en la prevención y promoción de la alimentación saludable.

O direito à alimentação saudável é garantido pela Constituição Federal. De modo a efetivar essa garantia, são desenvolvidas diversas políticas públicas que convergem para a promoção da alimentação saudável e o combate à obesidade.

Nesse sentido, destaque-se que de forma crescente o país têm se desenvolvido políticas que reconhecem a importância da regulação da publicidade de alimentos – especialmente para crianças –, inspiradas por recomendações internacionais, como o Conjunto de Recomendações sobre a Promoção de Alimentos e Bebidas não alcoólicas dirigida a Crianças (2011) da Organização Mundial da Saúde – OMS; o Plano de Ação para a Prevenção da Obesidade em Crianças e Adolescentes (2014) da Organização Panamericana de Saúde – OPAS; e o Relatório Especial sobre o direito de todos à fruição dos mais elevados padrões de saúde física e mental da Organização das Nações Unidas – ONU. Assim, destacam-se as seguintes políticas nacionais:

A Resolução nº 408 do Conselho Nacional de Saúde (2008) reconheceu a necessidade de regular a publicidade, propaganda e informação sobre alimentos, direcionadas ao público em geral e em especial ao público infantil, coibindo práticas excessivas que levem esse público a padrões de consumo incompatíveis com a saúde e que violem seu direito à alimentação adequada. Ainda, regulou práticas de marketing de alimentos direcionadas ao público infantil, estabelecendo critérios que permitam a informação correta à população, a identificação de alimentos saudáveis, o limite de horários para veiculação de peças publicitárias, a proibição da oferta de brindes que possam induzir o consumo e o uso de frases de advertência sobre riscos de consumo excessivo, entre outros.

Posteriormente, foi editada a Resolução 24 da Agência Nacional de Vigilância Sanitária – Anvisa (2010), com o objetivo de normatizar a veiculação de advertências na publicidade de alimentos ultraprocessados – com alto teor de sódio, açúcares ou gordura – alertando que o consumo em excesso de tais produtos poderia causar problemas de saúde como diabetes, hipertensão e obesidade. Atualmente, a Resolução está sendo questionada judicialmente por empresas do setor alimentício e encontra-se suspensa.

Relevante também a Política Nacional de Segurança Alimentar e Nutricional (2011), que tem como diretrizes e objetivos específicos a instituição de processos permanentes de educação alimentar e nutricional e a articulação de programas e ações de diversos setores que respeitem, protejam, promovam e provejam o direito humano à alimentação adequada. Destaque-se que tal política prevê a necessidade de informação adequada ao consumidor, para que este possa tomar decisões saudáveis à mesa.

Já o Plano de Ações Estratégicas para o Enfrentamento das Doenças Crônicas não Transmissíveis (DCNT) (2011) é um plano plurianual válido até 2022. Ele aborda quatro doenças principais (doenças do aparelho circulatório, câncer, respiratórias crônicas e diabetes) e seus fatores de risco (tabagismo, consumo nocivo de álcool, inatividade física, alimentação inadequada e

obesidade). Como uma das formas para reduzir o impacto das DCNT na saúde da população, o plano plurianual prevê a redução da prevalência de obesidade em crianças e adolescentes, o que envolve a elaboração de um Plano Intersetorial de Obesidade, acordos com a indústria para redução de sal e açúcar nos alimentos, e restrições ao marketing de alimentos e bebidas com excesso de sódio, gorduras e açúcar, especialmente para crianças, por meio do fortalecimento da regulamentação da publicidade.

Ainda, a Política Nacional de Alimentação e Nutrição do Ministério da Saúde – PNAN (2011), por sua vez, prevê como uma de suas diretrizes o monitoramento e a fiscalização das normas que regulamentam a promoção comercial de alimentos.

Também a Estratégia Intersetorial de Prevenção e Controle da Obesidade (2014) prevê dentre seus eixos estratégicos a regulação e o controle da qualidade e inocuidade de alimentos – o que inclui o aprimoramento das normas de rotulagem de alimentos embalados com vistas a promover o acesso à informação adequada pela população e a necessidade de melhoria da qualidade nutricional desses produtos.

Por fim, temos o Guia Alimentar para a População Brasileira (2014), elaborado pela Coordenação Geral de Alimentação e Nutrição do Ministério da Saúde, que tem como objetivo disponibilizar para a população informações sobre alimentação saudável. O Guia é redigido em linguagem acessível e se dirige às famílias diretamente e, também, a profissionais de saúde, educadores, agentes comunitários e outros trabalhadores cujo ofício envolve a promoção da saúde da população. Ao invés de trabalhar com grupos alimentares e porções recomendadas, o Guia indica que a alimentação tenha como base alimentos frescos e minimamente processados, além de evitar os produtos alimentícios ultraprocessados. A intenção da publicação é promover a saúde e a boa alimentação, combatendo a desnutrição, em forte declínio em todo o País, e prevenindo enfermidades em ascensão, como a obesidade, o diabetes e outras doenças crônicas, como AVC, infarto e câncer.

- 3. En su opinión, ¿qué puede hacerse para prevenir la malnutrición (en todas sus formas) de manera más efectiva? Por favor elabore en los errores que deben prevenirse, posibles lecciones aprendidas y en lo que se necesita para asegurar que las políticas y programas sean exitosos a largo plazo.**

As estratégias para prevenir a má nutrição devem ser intersetoriais, agregando diversas medidas de promoção da saúde. Assim, são importantes

políticas públicas que promovam a importância de atividade física e o acesso a espaços aptos a isso, bem como o acesso à alimentação saudável. No âmbito da regulação, são importantes estratégias como a taxaço de alimentos ultraprocessados, a concessão de benefícios fiscais à produção de alimentos saudáveis, a regulação da publicidade de alimentos, entre outros.

O Instituto Alana, por meio de seu projeto Criança e Consumo, atua na defesa da infância frente aos apelos de consumo da publicidade. Nesse sentido, vale destacar a importância de regular a publicidade de alimentos dirigida a crianças como forma de combate à má nutrição, diante da hipervulnerabilidade do público infantil.

A publicidade de alimentos dirigida ao público infantil com frequência faz uso de personagens e celebridades do universo infantil, numa estratégia de associar o produto a situações lúdicas e prazerosas e assim favorecer sua venda. Estudos mostram que o uso de celebridades e personagens associados a produtos ou alimentos influenciam a atitude de aquisição pelo consumidor (Bush et al, 2004) e o público mais influenciado por este tipo de informação são crianças e adolescentes, os quais consideram as celebridades ou personagens admiráveis e, portanto, fazem associação positiva com o alimento que promovem (Alianza por la Salud Alimentaria, 2014). Nesse tema, importante ressaltar que, em crianças, o consumo é maior entre os alimentos associados a celebridades do que alimentos sem essa associação (Boyland et al, 2013). Tal cenário é especialmente agravado diante das características inerentes ao estágio de desenvolvimento ainda incompleto em que se encontram as crianças, o que as torna hipervulneráveis.

Desta forma, verifica-se que a criança, em seu processo de formação, ainda não apresenta capacidade plena de desenvolver um pensamento crítico em face de apelos a ela dirigidos, e acaba sendo convencida pelas informações externas que lhe chegam, especialmente quando veiculadas por figuras e símbolos familiares e de seu apreço, como são os personagens do universo infantil. Isso se torna potencialmente perigoso quando utilizado no âmbito da publicidade de alimentos ultraprocessados, com altos teores do sódio, gordura e açúcares, pois isso estimula que desde a infância pessoas consumam tais alimentos, considerados não saudáveis, o que favorece largamente o desenvolvimento de quadros de má-nutrição.

Pelo exposto, somado aos anos de experiência do projeto Criança e Consumo, acredita-se que a regulação da publicidade de alimentos dirigida para crianças é um instrumento fundamental para o combate aos problemas nutricionais.

4. En su opinión, ¿cuál es el rol de la educación nutricional para combatir la doble carga de la malnutrición? ¿Qué se requiere para que la educación nutricional sea exitosa en este contexto?

A educação nutricional é uma estratégia fundamental para o enfrentamento da má-nutrição.

No Brasil, temos o Guia Alimentar para a População Brasileira (2014), já citado anteriormente, que tem como objetivo promover a saúde e a boa alimentação, combatendo a desnutrição, em forte declínio em todo o País, e prevenindo enfermidades em ascensão, como a obesidade, o diabetes e outras doenças crônicas, como AVC, infarto e câncer.

Cabe destacar que, dado que os hábitos alimentares são formados ainda na infância, é fundamental garantir que as crianças desenvolvam um paladar saudável. Assim, o Guia destaca, dentre os obstáculos para a promoção da alimentação saudável, a publicidade de alimentos para crianças, ampliando a bagagem de documentos que comprovam os malefícios e abusividades da publicidade dirigida ao público infantil.

Também nesse sentido, vale ressaltar a importância de promover uma alimentação escolar saudável. O Brasil possui uma Política Nacional De Alimentação Escolar que é referência para vários países e preza pela promoção da alimentação saudável e adequada desde a infância. No âmbito dessa política, o Programa Nacional de Alimentação Escolar (PNAE) produziu o Manual das Cantinas Escolares Saudáveis (2010), que tem foco na valorização da alimentação, tanto sob o aspecto nutricional quanto socioambiental e cultural, além de ser uma importante ferramenta para a educação alimentar. Assim, é valorizado e incentivado o preparo de refeições utilizando alimentos naturais, provenientes da agricultura familiar, que respeitem a diversidade de culturas alimentares do país e as necessidades alimentares específicas dos estudantes.

Por fim, relevante também a iniciativa que regula a publicidade nas escolas. Cada vez mais as empresas se valem de um modelo transmídia para se comunicar com a criança: o comercial passa na televisão, que traz um link para a internet e é levado para a escola por meio de shows, ações promocionais, venda direta, presença nos livros didáticos, marcas em uniformes, patrocínio em ações esportivas dentro de escola, dentre outros. Com a Resolução 163 do Conselho Nacional de Direitos da Criança e do Adolescente – CONANDA, reconhecida e detalhada por nota técnica do Ministério da Educação – MEC, ficam explicitamente proibidas as ações publicitárias nas escolas.