

Receita para viver melhor

Consumir frutas, verduras e legumes, evitar alimentos gordurosos, sal e carne em excesso. Para garantir uma alimentação saudável, a receita é simples e bem conhecida. Mas, afinal, por que é tão difícil incorporar na rotina as recomendações que todos já sabem bem? Para responder a essa pergunta, é preciso ir além da disciplina nos hábitos individuais. Cada vez mais, a alimentação se torna uma questão de saúde pública, e, como tal, a solução do problema exige a adoção de políticas públicas.

A ligação da alimentação saudável com a prevenção de doenças coronarianas, hipertensão e diabetes está bem definida há décadas, mas um número crescente de estudos aponta as correlações da alimentação com o câncer, em uma complexa combinação entre os alimentos que protegem e aqueles que aumentam o risco da doença. Esse conhecimento, no entanto, parece ainda não ter chegado ao público. Segundo estudo do Instituto Nacional de Câncer (INCA), 27% dos brasileiros afirmam que a alimentação não tem relação com a doença.

As recomendações da Organização Mundial da Saúde (OMS) sobre alimentação para prevenção do câncer envolvem o consumo de frutas, legumes e verduras (pelo menos, cinco porções diárias) e de cereais e grãos. Por diversos mecanismos, esses itens inibem a mutação de células que desencadeia o câncer ou, se o processo está iniciado, atuam de forma a dificultar a multiplicação das células do tumor. O retrato da alimentação no país, porém, é muito distante das recomendações ideais.

“O consumo de refrigerantes cresceu 400%, e o consumo em uma das principais cadeias de *fast food* no Brasil disparou mais de 600% em 30 anos”, indica Fabio Gomes, nutricionista da Área de Alimentação, Nutrição e Câncer da Coordenação de Prevenção e Vigilância do INCA. Ao mesmo tempo, o consumo de

frutas e hortaliças do brasileiro chega a apenas um terço do recomendado, enquanto a mediana do índice de massa corporal é de 24,4, bem superior às taxas desejáveis, que ficam entre 21 e 23.

Alguns tumores são associados de forma mais direta a hábitos alimentares inadequados – como estômago e intestino, por exemplo, que ainda figuram entre as seis primeiras causas de mortalidade por câncer no país. Já a obesidade, que atinge 13% dos adultos, está ligada ao câncer de mama, endométrio, esôfago e intestino, entre outros.

Para inserir de fato a alimentação saudável na mesa do brasileiro, como instrumento de prevenção do câncer, são necessários esforços de diversos setores. Da publicidade às políticas de preços, da difusão de informação às estratégias nas comunidades, aos poucos, uma série de iniciativas mostra que é possível mudar a realidade.



RECOMENDAÇÕES ALIMENTARES PARA PREVENÇÃO DO CÂNCER

- *Mantenha-se o mais magro quanto possível dentro dos valores normais de massa corporal*
- *Mantenha-se fisicamente ativo como parte da rotina diária*
- *Limite o consumo de alimentos com alta densidade energética e evite bebidas açucaradas*
- *Consuma principalmente alimentos de origem vegetal*
- *Limite o consumo de carne vermelha e evite carnes processadas*
- *Limite o consumo de bebidas alcoólicas*
- *Limite o consumo de sal*
- *Não consuma suplementos alimentares: alcance as necessidades nutricionais apenas por intermédio da alimentação*
- *Amamentação exclusiva até os seis meses de idade*

O consumo recomendado pela OMS é de, no mínimo, cinco porções de frutas, legumes e verduras por dia, além de grãos e cereais integrais. A higienização é fundamental: basta deixar os alimentos por 20 minutos em solução de uma colher (das de sopa) de água sanitária para um litro de água e depois enxaguar com água filtrada.



NO CAMPO, ESTÍMULO E SUSTENTABILIDADE

A promoção da alimentação saudável envolve ações que vão do produtor ao consumidor, perpassando o setor da saúde. Segundo dados do Ministério do Desenvolvimento Agrário (MDA), a agricultura familiar representa 70% dos alimentos que chegam à mesa dos brasileiros, sendo responsável por 89% da mandioca, 67% do feijão, 69% da alface e 75% da cebola produzidos no Brasil. Para ampliar a oferta de alimentos e combater a tendência de alta de preços, o MDA lançou em 2008 o programa Mais Alimentos, que estimula a agricultura familiar por meio de linhas de crédito e do apoio em aspectos técnicos da produção, com a preocupação de proporcionar alimentos saudáveis de forma sustentável para o ambiente.

“O programa Mais Alimentos é uma estratégia para garantia de abastecimento, mas pautada pelo compromisso com a sustentabilidade, para assegurar que o agricultor produza hoje, mas que seus netos e bisnetos também possam produzir”, destaca João Luiz Guadagnin, diretor de financiamento de proteção à produção do MDA. O programa envolve acompanhamento técnico, promovendo o aperfeiçoamento no manejo do solo e de recursos hídricos, na transição para modelos agroecológicos.

POLÍTICAS PARA ALIMENTAÇÃO SAUDÁVEL

O Brasil conta com um guia da promoção de práticas alimentares saudáveis: a Política Nacional de Alimentação e Nutrição (PNAN), do Ministério da Saúde, dá as diretrizes da área, em sintonia com a orientação global sobre o tema e as descobertas científicas mais atuais. Recentemente, a PNAN ganhou o reforço da resolução 408, do Conselho Nacional de Saúde (CNS), que aponta dez pontos fundamentais para a promoção da alimentação saudável no país, com foco na reversão da epidemia de obesidade e a prevenção das doenças crônicas não transmissíveis, como o câncer, o diabetes e a hipertensão.

“A redução das quantidades de açúcar, sódio e gorduras saturadas e a eliminação completa das gorduras trans nos alimentos, a adequação da rotulagem nutricional e a regulamentação da publicidade estão entre as prioridades que demandam ação forte do Ministério da Saúde”, aponta Ana Beatriz Vasconcellos, coordenadora geral da PNAN. A resolução inclui, ainda, a priorização da agricultura familiar na oferta de produtos e a promoção da alimentação saudável no ambiente escolar, tanto no cardápio das escolas quanto no currículo.

A coordenadora geral da PNAN acrescenta que é preciso agir de modo a informar a sociedade, para promover a autonomia das pessoas e favorecer a adoção de práticas alimentares saudáveis, mas também para estimular o envolvimento da sociedade civil na questão. Apostando na alimentação saudável, em setembro o país será anfitrião do Congresso Pan-Americano de Promoção do Consumo de Frutas e Hortaliças, que ocorrerá em Brasília. Será a primeira vez que o Brasil sediará um evento desse porte na área.



“Primamos pelo exercício pleno da cidadania, no qual o consumidor exerce sua decisão de compra e de cobrança a partir de um rol de informações”

FENELON DO NASCIMENTO NETO, coordenador do projeto Além do Rótulo

INFORMAÇÃO NO CARDÁPIO

Do ponto de vista do consumidor, disponibilizar informação de confiança é uma ferramenta para estimular a autonomia das pessoas frente a escolhas alimentares mais saudáveis. Nesse sentido, em 2006, a Agência Nacional de Vigilância Sanitária (ANVISA) definiu por força de resolução que os rótulos devem informar a quantidade de gordura trans, o valor energético e a quantidade de carboidratos, proteínas, gorduras totais e saturadas, fibra alimentar e sódio presentes nos alimentos comercializados no país.

O projeto Além do Rótulo, desenvolvido pela Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária (Embrapa), leva ao consumidor a oportunidade de dar um passo a mais, disponibilizando informações sobre propriedades nutricionais, procedência, recomendações de armazenamento e de preparo, restrições e instruções para compra de dezenas de alimentos. Além do *site* do projeto na internet ([www.alemdorotulo.com.br](http://www.alemдорotulo.com.br)), em breve uma parceria com lojistas levará terminais de consulta para os corredores de supermercados. Para conhecer um pouco mais o alimento que o consumidor está levando para casa, bastará tocar na tela, ali mesmo, no local de compra.

“Primamos pelo exercício pleno da cidadania, no qual o consumidor exerce sua decisão de compra e de cobrança a partir de um rol de informações”, justifica o pesquisador Felon do Nascimento Neto, coordenador do projeto. A disponibilização dos dados na internet busca gerar uma opção confiável de consulta para o público. “A idéia é permitir o acesso a uma informação clara, objetiva, atual, com credibilidade e de acordo com os avanços da ciência, do mercado e das políticas públicas que envolvem a questão de alimentos”, resume o especialista.

PUBLICIDADE EM XEQUE

Prevista no Guia Alimentar para a População Brasileira e no programa Mais Saúde, do Ministério da Saúde, a regulamentação da publicidade é um ponto central na promoção da alimentação saudável. A ANVISA elaborou uma proposta de regulamento técnico sobre a publicidade de alimentos com altas taxas de açúcar, gordura saturada, gordura trans e sódio e de bebidas com baixo teor nutricional (o que inclui refrigerantes e refrescos artificiais, entre outras). A proposta, formulada por um grupo de trabalho envolvendo representantes de diversos ministérios, da indústria e da área da saúde, prevê a veiculação de mensagens de advertência nas peças publicitárias sobre a presença dos itens elencados e proíbe o uso de qualquer sugestão de que o alimento é saudável ou benéfico para a saúde – incluindo a associação com a prática de esportes ou com frutas, verduras e legumes. Um item específico é voltado para a publicidade destinada a crianças, vedando o uso de desenhos e personagens que sejam admirados pelo público infantil e a divulgação de brindes ou prêmios associados à compra dos produtos.

Durante 140 dias, entre novembro de 2006 e abril de 2007, a proposta foi colocada sob consulta pública. A Associação Brasileira da Indústria de Alimentos (ABIA) foi uma das entidades mais atuantes no encaminhamento de propostas. Nas contribuições enviadas, a associação coloca que há ausência de fundamentação científica para a definição do teor dos itens previstos na proposta de regulamento e destaca que as bebidas e alimentos não são considerados na Constituição Federal como passíveis de restrições e advertências de malefícios. Convidada a expressar seu ponto de vista nesta reportagem, a ABIA afirmou que o assunto está em debate na entidade e que não dispõe, por enquanto, de um posicionamento oficial.

O Conselho Nacional de Autorregulamentação Publicitária (Conar), também teve manifes-

tação expressiva na consulta pública. O presidente da entidade, Gilberto Leifert, afirma que a ANVISA não tem poderes para revogar leis e criar outras em seu lugar, o que aponta como atribuição do Poder Legislativo. Segundo Leifert, o Conar “acredita que o sistema misto de controle, em vigor no Brasil, que combina legislação e autorregulamentação publicitária, assegura à sociedade maior respeito e proteção”.

Ana Paula Dutra Massera, chefe da Unidade de Monitoramento e Fiscalização de Propaganda da ANVISA, informa que, como os demais regulamentos que possuem impacto para a população, a consulta pública está sendo submetida a diversas instâncias de discussão com a sociedade. Ela conta que será realizada uma audiência pública sobre o tema, possivelmente no segundo semestre de 2009. “Somente após o esgotamento das instâncias de debate, o texto será publicado, mediante aprovação na Diretoria Colegiada da ANVISA”, informa. Ela acrescenta que os teores previstos na regulamentação foram definidos a partir de estudos científicos e que um grupo de trabalho acompanha os avanços do conhecimento na área, atento às atualizações necessárias.

DOIS PESOS E DUAS MEDIDAS

Enquanto as regras de regulamentação da publicidade de alimentos no Brasil permanecem em debate, internacionalmente já existe bastante clareza no assunto, muitas vezes por iniciativa das próprias indústrias. Em 2007, a Iniciativa em Publicidade de Alimentos e Bebidas para Crianças reuniu gigantes do setor alimentício – incluindo empresas da envergadura da Unilever, Danone, Nestlé, Kraft, Coca-Cola e Pepsico – no compromisso de modificar a publicidade para crianças no contexto da União Europeia. Em 2008, algumas das mais importantes indústrias do setor encaminharam à OMS uma carta assinada por seus diretores e presidentes em que se comprometem com a estratégia da entidade sobre dieta,



atividade física e saúde. Entre as ações que as empresas elencam no documento, estão a reformulação de produtos, buscando oferecer opções mais saudáveis, a disponibilização de informações mais claras sobre a composição dos itens e a adoção de medidas espontâneas na publicidade de bebidas e alimentos, especialmente para crianças.

Existe um descompasso entre as regras que são seguidas no Brasil e no exterior pelas mesmas empresas no que se refere à publicidade infantil de alimentos, conforme aponta estudo realizado pelo Instituto Brasileiro de Defesa do Consumidor (Idec) e o Projeto Criança e Consumo, do Instituto Alana. Foram analisadas campanhas publicitárias e a composição nutricional de 18 produtos de 12 empresas multinacionais que se comprometeram com organizações internacionais a restringir a publicidade infantil. Os dados mostram que a prática não é adotada no Brasil.

“Os resultados evidenciam que o consumidor brasileiro, no que diz respeito à proteção da infância na publicidade, não está sendo tratado como os consumidores do Primeiro Mundo”, sintetiza Daniela Trettel, advogada do Idec. Ela ressalta que o consumidor brasileiro começa agora a se familiarizar com o conceito de responsabilidade social. As demandas para a adoção de condutas socialmente responsáveis, antecipa, só tendem a aumentar. “O mínimo que se espera das empresas é que adotem no país os mesmos padrões de conduta que assumem como adequados para o mercado externo”, afirma.



Oficina do projeto Cultivar, Cozinhar, Consumir.



FOCO NA INFÂNCIA

A infância é um momento decisivo para introduzir a proteção do câncer por meio da alimentação saudável, por isso o foco nessa faixa etária é preconizado em diversas iniciativas. Atento a essa questão, a União Internacional Contra o Câncer (UICC) desenvolve em 2009 a campanha Amo Minha Infância Saudável, que promove o controle de peso na infância para prevenção do câncer na idade adulta. A campanha é trazida ao Brasil pelo INCA.

Quando a ação é voltada para crianças, a escola é aproveitada como um ambiente favorável para o estímulo à alimentação saudável. Além das recomendações da resolução 408 da CNS, a medida provisória 455, de 2009, indica a inclusão da educação alimentar e nutricional no currículo das escolas e busca aproximar a alimentação escolar saudável do fomento à agricultura local, indicando que os gêneros alimentícios devem ser adquiridos preferencialmente da agricultura familiar local.

Uma série de projetos tem a escola como palco. O Educanvisa, que acaba de ser lançado, está capacitando cerca de 500 professores da rede pública nos temas alimentação saudável e publicidade de alimentos. A iniciativa da ANVISA abrange diversos municípios.

Depois de atuar em 17 municípios entre 2005 e 2008, o projeto Educando nas Hortas Escolares, desenvolvido pelo Fundo Nacional de Desenvolvimento da Educação (FNDE) em parceria com a Organização das Nações Unidas para a Agricultura e Alimentação (FAO), foi ampliado para 60 municípios brasileiros neste ano. Najla Veloso, coordenadora do projeto, comemora a conquista. “A partir da horta, que gera todo um envolvimento por ser viva e lúdica, o aluno é levado a repensar a alimentação que adquiriu culturalmente”, indica. Najla destaca que a horta atua como um meio transversal de educação, que conjuga o aprendizado com a introdução de conteúdos específicos no currículo escolar, a experiência dos alunos no cuidado com o alimento, favorece a mudança dos hábitos alimentares e estimula a agricultura familiar.

“A partir da horta, que gera todo um envolvimento por ser viva e lúdica, o aluno é levado a repensar a alimentação que adquiriu culturalmente”

NAJLA VELOSO, coordenadora do projeto Educando nas Hortas Escolares

AÇÃO NAS COMUNIDADES

Permanecem muitos desafios, mas experiências bem-sucedidas mostram que é possível transformar a alimentação saudável em uma realidade na mesa dos brasileiros. No Rio de Janeiro, a Embrapa desenvolve o projeto Cultivar, Cozinhar, Consumir. Mais de 1.500 famílias participam do piloto da iniciativa, que envolve o Programa Saúde da Família, escolas e pontos de venda, como mercados, hortifrúti e sacolões, em bairros da Zona Oeste da cidade, onde ocorre a produção local de gêneros alimentícios. “O projeto atua de forma global, envolvendo as famílias, governo, empresas, escolas e profissionais de saúde”, descreve Fabio Gomes, nutricionista do INCA. O projeto inclui os agentes comunitários de saúde, que estão capacitados para falar sobre os benefícios da alimentação saudável para a saúde e estimular as famílias a incorporar o consumo de frutas, verduras e legumes no cardápio. Ao mesmo tempo, os donos de pontos de venda e as escolas onde as crianças dessas famílias estudam também participam, além de duas empresas da região.

Outra iniciativa capacita agentes comunitários de saúde, que atuam no Programa de Saúde da Família, para promover a prevenção do câncer a partir da alimentação. Em uma experiência piloto do INCA, 30 agentes comunitários estão sendo capacitados para promover a alimentação saudável. Estudo piloto realizado com 30 agentes apontou que eles não associam a alimentação inadequada como fator de risco nem como ação protetora. O estudo será usado como base para a adaptação das recomendações alimentares do Fundo Mundial de Pesquisa contra o Câncer para prevenção do câncer ao contexto brasileiro. O material resultante será empregado na capacitação de mais agentes, multiplicando o alcance da informação. |

