

entrevista

CARLOS AUGUSTO MONTEIRO

*Professor titular do Departamento de Nutrição da Faculdade de
Saúde Pública da Universidade de São Paulo*

O peso além do prato



“Há necessidade de enfrentar o *lobby* poderoso das indústrias transnacionais de alimentos, que têm ligações fortes com todas as áreas do poder no país. A ação pública não deve se restringir a limitar a publicidade dos alimentos não saudáveis”

O perfil de saúde da população brasileira tem evoluído de forma positiva em relação aos males provocados pela carência alimentar, mas tem perdido pontos valiosos para a obesidade, o diabetes e determinados tipos de câncer. O atual padrão de alimentação – que despreza alimentos tradicionais *in natura* e supervaloriza produtos industrializados – está causando o adoecimento da população mundial, inclusive de crianças e adolescentes.

Os especialistas insistem: alimentação adequada faz bem à saúde. No entanto, em meio à publicidade sedutora travestida de facilidade e economia de tempo, muitos não resistem ao apelo de trocar um saudável prato de comida por sanduíches ou lanches rápidos. A concorrência chega a ser desleal. Médico, pós-doutorado pelo Instituto de Nutrição Humana da Universidade de Columbia, nos Estados Unidos, e professor titular do Departamento de Nutrição da Faculdade de Saúde Pública da Universidade de São Paulo (USP), Carlos Augusto Monteiro se ocupa de um pesado desafio: estimular a adoção da alimentação saudável pela população.

Defensor incansável dos alimentos *in natura* e do tão almejado “prato equilibrado”, Carlos Augusto Monteiro estuda o assunto em sua essência e ministra palestras em eventos nacionais e internacionais. Na conferência de abertura do V Congresso Pan-americano de Incentivo ao Consumo de Frutas e Hortaliças para a Promoção da Saúde, realizado em setembro, em Brasília, o professor reforçou a obrigatoriedade de ter frutas e algum carboidrato no café da manhã. “No almoço, não pode faltar uma boa salada com variadas hortaliças. Se houver uma leguminosa, como lentilha ou grão-de-bico, melhor ainda”, declara o especialista, que presta consultorias frequentes ao Ministério da Saúde, à Organização Pan-americana de Saúde (OPAS) e à Organização Mundial da Saúde (OMS).

Morador de São Paulo, com 61 anos, pai de duas filhas e avô de três netos, Carlos Augusto Monteiro segue a própria orientação com disciplina e garante que prazer à mesa e saúde não são incompatíveis. Pelo contrário! Em entrevista à **Rede Câncer**, o pro-

fessor traça um perfil da alimentação do brasileiro e seus impactos físicos, econômicos e sociais.

REDE CÂNCER – Que tipos de doença estão associados ou são comprovadamente decorrentes da alimentação errada?

CARLOS AUGUSTO MONTEIRO – De forma bem sintética, podemos dizer que o perfil de saúde da população tem evoluído de maneira bastante positiva em relação ao risco de doenças provocadas por carência alimentar e doenças infecciosas. Por outro lado, de forma negativa quanto a doenças crônicas não transmissíveis, em particular obesidade, diabetes e determinados tipos de câncer. Neste último caso, a piora é decorrente de tendências preocupantes no padrão de alimentação da população, particularmente o abandono de alimentos tradicionais, *in natura* ou minimamente processados, por alimentos industrializados e ultraprocessados. Especialistas em saúde e nutrição apontam que o aumento rápido do consumo de alimentos processados, amparado por sofisticadas estratégias de marketing das indústrias multinacionais que controlam o setor, é uma das causas de adoecimento da população mundial hoje, inclusive de crianças e adolescentes. Tanto que vários países têm adotado medidas legais para limitar a publicidade desses alimentos.

REDE CÂNCER – Quais os impactos econômicos e sociais para o país que a alimentação inadequada acarreta?

CARLOS AUGUSTO MONTEIRO – Os resultados da alimentação inadequada para a população se refletem no surgimento de doenças crônicas, como obesidade, diabetes e câncer, que representam parcela elevada dos gastos com saúde em qualquer país, além de infligirem grande sofrimento para os doentes e suas famílias. O crescimento do setor de alimentos industrializados prontos para o consumo é registrado no Brasil por pesquisas de orçamento familiar, realizadas pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE). No entanto, a alimentação incorreta é um problema



“O aumento rápido do consumo de alimentos processados é uma das causas de adoecimento da população mundial”

que afeta não somente o Brasil, mas também o mundo inteiro. Após avaliar as evidências sobre os efeitos perigosos da publicidade de alimentos dirigida a crianças, a Organização Mundial da Saúde (OMS) elaborou um conjunto de recomendações para orientar os governos nacionais no que diz respeito à regulamentação dessa atividade. Essas orientações foram discutidas em 2009 e serão submetidas à votação na Assembleia Mundial de Saúde, a ser realizada em 2010.

REDE CÂNCER – Sendo o Brasil um país rico em frutas e hortaliças, a que atribui o seu baixo consumo?

CARLOS AUGUSTO MONTEIRO – Existem muitos fatores que reduzem o consumo de frutas e hortaliças, incluindo o preço, nem sempre acessível para os mais pobres, a oferta irregular e nem sempre de qualidade desses itens, em particular nas periferias das grandes cidades. E, no caso das hortaliças, enfrentamos hoje a desvalorização das habilidades culinárias da população e, em algumas regiões, a falta de hábito de incluir esse tipo de produto no cardápio. Todas essas limitações, entretanto, são passíveis de solução por meio da definição e implementação de políticas públicas que estimulem o consumo de frutas e hortaliças.



REDE CÂNCER – O que são alimentos ultraprocessados?

CARLOS AUGUSTO MONTEIRO – Alimentos ultraprocessados são, essencialmente, alimentos industrializados prontos ou semiprontos para consumo. Em sua imensa maioria, eles contêm grande quantidade de açúcar, gorduras não saudáveis e sal, pouca fibra, e alta densidade energética, ou seja, apresentam excessiva quantidade de calorias por volume. O fato de serem prontos para consumo induz padrões de consumo não saudáveis, como substituir refeições por lanches, comer sozinho, vendo televisão ou até trabalhando. Alimentos ultraprocessados são altamente lucrativos para a indústria que os fabrica e, por essa razão, concentram investimentos enormes em publicidade. O marketing sofisticado e sem limites, ou seja, desregulado, desses alimentos está na base do crescimento astronômico desse grupo de produtos no Brasil e na maioria dos países do mundo.

REDE CÂNCER – Por que é necessário reduzir o consumo desse tipo de alimento?

CARLOS AUGUSTO MONTEIRO – Um estudo recente do Instituto Brasileiro de Defesa do Consumidor (Idec) - que avaliou a composição nutricional de 30 alimentos industrializados muito consumidos pela população brasileira, em especial, por crianças e adolescentes - comprovou o caráter não saudável dos alimentos ultraprocessados. O estudo provou que bolinhos e salgadinhos continham açúcar, gorduras e sal excedendo várias vezes o máximo recomendado para uma alimentação equilibrada. Outros equívocos foram constatados também como erros na informação nutricional exibida nas embalagens dos produtos. E mais: sua publicidade envolvia procedimentos condenáveis e já nem mais pratica-



dos pelas mesmas indústrias em outros países: o uso de personagens famosos do universo infantil e a presença de “bichinhos” e outros brindes nas embalagens.

REDE CÂNCER – Esses alimentos costumam ser mais agradáveis ao paladar. Por que isso ocorre?

CARLOS AUGUSTO MONTEIRO – A hiperpalatabilidade é outra característica dos alimentos ultraprocessados, conseguida a partir dos ingredientes básicos desses produtos (açúcar, gordura e sal) e do uso de aditivos alimentares especialmente desenvolvidos com essa finalidade. A hiperpalatabilidade é reconhecida e reforçada pela publicidade desses alimentos. Basta atentar para o conteúdo das mensagens publicitárias: “você não pode resistir!”

REDE CÂNCER – Qual é a estratégia de marketing usada hoje pela indústria de alimentos?

CARLOS AUGUSTO MONTEIRO – Diante da saturação dos mercados dos países desenvolvidos, as indústrias de alimentos ultraprocessados (refrigerantes, bebidas açucaradas em geral, biscoitos, chocolates, salgadinhos, embutidos, comida preparada para bebê etc.) estão investindo pesadamente em mercados como Brasil, México, China e África do Sul. Em particular entre famílias de baixa renda, que ainda constituem a imensa maioria da população desses países. Esse investimento se traduz na criação de linhas populares de produtos de menor custo unitário, o que se consegue por vezes com a diminuição do tamanho das embalagens (pacotes de biscoitos recheados com três ou quatro unidades, por exemplo). Essa estratégia de marketing para atingir as famílias de baixa renda de países emergentes envolve a introdução no mercado de produtos que a empresa líder do setor chama de *popularly positioned products* (produtos popularmente

“A ideia principal é atrair a população à escolha de alimentos frescos ou minimamente processados”

posicionados). O crescimento mundial da produção e do consumo de alimentos ultraprocessados tem gerado impactos desfavoráveis, inclusive em termos culturais e ambientais. Estudos recentes examinam os efeitos da globalização da alimentação no meio ambiente e o impacto nas culturas alimentares tradicionais.

REDE CÂNCER – Quais os maiores desafios das políticas públicas para promover a alimentação saudável?

CARLOS AUGUSTO MONTEIRO – Acreditamos que as políticas públicas devem ser adotadas pelo Governo, como a regulamentação da publicidade de alimentos e de políticas fiscais para estimular o consumo de alimentos *in natura*, como frutas e hortaliças, e ainda desestimular o consumo de produtos ultraprocessados. Para tanto, há necessidade de enfrentar o *lobby* poderoso das indústrias transnacionais de alimentos, que têm ligações fortes com todas as áreas do poder no país. A experiência internacional revela que apenas informar as pessoas não é suficiente para deter o crescimento da cultura alimentar do *fast-food*. Por outro lado, a ação pública não deve se restringir a limitar a publicidade dos alimentos não saudáveis. Opções saudáveis devem ser simultaneamente incentivadas e apoiadas. Afinal, a ideia principal é atrair a população à escolha de alimentos frescos ou minimamente processados. |