

# entrevista

**JOSÉ AUGUSTO TADDEI,**  
*pesquisador da Universidade Federal de São Paulo.*

## Risco futuro



“O vilão da obesidade infantil é o sedentarismo, associado ao consumo de produtos ricos em açúcar, gorduras e sal, mas o grande vilão é o marketing da indústria alimentícia.”

O marketing da indústria de alimentos é o principal vilão da obesidade infantil no planeta, problema de saúde pública que desencadeia doenças como diabetes, hipertensão arterial e dislipidemia (aumento da taxa de lipídios no sangue). Essas doenças são responsáveis por cerca de 45% das mortes em todo o mundo, de acordo com dados da Organização Mundial da Saúde (OMS). O alerta é do pediatra José Augusto Taddei, pesquisador da Universidade Federal de São Paulo (Unifesp) e integrante do Conselho Criança e Consumo, do Instituto Alana.

Taddei informa que o quadro da doença é mórbido no mundo: cerca de 80% das pessoas obesas na infância serão adultos obesos, com menor expectativa e qualidade de vida. A obesidade na vida adulta é fator de risco para alguns tipos de câncer, como o de intestino e o de mama – este especialmente em mulheres na menopausa. Os hábitos de consumo estão diretamente relacionados a essa dinâmica. *Fast food*, alimentos congelados, refrigerantes e biscoitos recheados, alimentos ricos em açúcar, gordura e sal e pobres em fibras estão na base de uma alimentação geradora de doenças crônicas.

O pesquisador defende uma urgente regulação da propaganda de alimentos, de forma análoga às bem-sucedidas estratégias implementadas para o controle do tabagismo – sobretudo quando esses produtos são direcionados a crianças. As discussões sobre uma nova regulamentação chegaram a ocorrer, por iniciativa da Agência Nacional de Vigilância Sanitária (Anvisa) a partir de 2006, mas foram interrompidas na Justiça pelas indústrias de alimentos e pelo Conselho Nacional de Autorregulamentação Publicitária (Conar), no ano passado.

Taddei considera que a propaganda de produtos nocivos à saúde trará consequências econômicas em longo prazo. A população economicamente ativa brasileira, dos 15 aos 65 anos, está em crescimento e, se essas pessoas não tiverem saúde até os 65 anos, vão gerar gastos para a sociedade, em vez de produzir e consumir, na avaliação do estudioso, que tem 60 anos e 40 de profissão. Nesta entrevista, o pediatra adver-

te que os grandes vilões são o lucro e o marketing. Pelos seus cálculos, a indústria de alimentos investe cerca de 4% do seu faturamento em propaganda. O índice seria 500 vezes superior aos investimentos dos governos em educação alimentar.

#### **REDE CÂNCER - A obesidade infantil é um problema de saúde pública no Brasil?**

**JOSÉ AUGUSTO TADDEI** - A obesidade infantil é um problema crescente no Brasil e no mundo inteiro. Aqui, nós estamos em uma etapa intermediária da epidemia de obesidade. Por um lado, isso pode ser bom, porque, ao contrário dos Estados Unidos, onde o problema já atingiu o ápice, ainda podemos reverter a situação. Mas, por outro, é desanimador, porque a expectativa para as próximas décadas é de aumento da incidência da doença. Em meados da década de 1970, a incidência de obesidade nos dois países oscilava entre 4% e 8% entre crianças dos 2 aos 5 anos e adolescentes. Atualmente, a prevalência da obesidade entre as crianças brasileiras é de 8%, e entre os adolescentes, de mais de 15%. Nos Estados Unidos, a situação é ainda pior: as taxas são superiores a 10% e 18%, respectivamente. O aumento da incidência é exponencial porque é influenciado também pelo crescimento das populações.

#### **REDE CÂNCER - Quais as principais causas?**

**JOSÉ AUGUSTO TADDEI** - A sociedade de consumo, a busca desenfreada pelo lucro, a cultura *fast food*, que está hoje em todo o planeta. Esse tipo de alimentação surgiu na Segunda Guerra Mundial para atender às tropas americanas, como um alimento de boa qualidade microbiológica, muita caloria, fácil transporte e rápido preparo – não havia sentido fazer isso em casa. Porém, após a guerra, a indústria cresceu em busca de mercados, gerando lucro, como aconteceu com todos os produtos de gêneros supérfluos. O alimento que foi oferecido para aquela sociedade tinha que ser saboroso, de fácil mastigação e consumo, produzido em escala lucrativa. O processo industrial se fundamentou na premissa de

que nós, humanos, gostamos de açúcar e gordura. Quando éramos catadores e coletores, os que não tinham aversão ao azedo e ao amargo sucumbiram, pois, nas frutas e raízes, azedo e amargo representavam veneno. Sobrevivemos nós. Mas o que era uma vantagem evolutiva, hoje nos faz suscetíveis a essa arapuca usada pela tecnologia dos alimentos.

**REDE CÂNCER** - *Quais os maiores vilões na obesidade infantil?*

**JOSÉ AUGUSTO TADDEI** - É o sedentarismo associado ao consumo de produtos ricos em açúcar, gorduras e sal, mas o grande vilão é o marketing da indústria alimentícia. Ele define um novo padrão alimentar e torna as crianças consumidoras. Até os 3 ou 4 anos de idade, a criança não separa a propaganda do desenho animado. Até os 7, a criança não tem discernimento para reconhecer e rejeitar engodo. Não percebe o convencimento pela mentira. A indústria aproveita-se dessas características fisiológicas para incutir na cabeça das crianças a fantasia que as imagens promovem sobre refrigerantes, hambúrgueres, salgadinhos, biscoitos recheados – sem que elas tenham consciência de que isso não faz parte do conto de fadas.

**REDE CÂNCER** - *Quais as principais consequências da obesidade para a saúde?*

**JOSÉ AUGUSTO TADDEI** - A alimentação inadequada, que leva à obesidade, reduz a expectativa e a qualidade de vida por uma série de razões. Por conterem pouca fibra, impedem o bom funcionamento do intestino, ocasionando a constipação. A redução do trânsito intestinal aumenta o contato da mucosa local com agentes potencialmente cancerígenos. A obesidade também está associada ao câncer de mama. Mulheres que entram no processo da menopausa e se tornam obesas desenvolvem a doença com mais frequência que mulheres da mesma faixa etária, mas sem sobrepeso.

**REDE CÂNCER** - *Então, ser o gordinho simpático da turma é ruim?*

**JOSÉ AUGUSTO TADDEI** - A qualidade de vida do obeso é pior: ele tem mais dificuldade de se socializar na infância, de conseguir amigos, namorada, emprego. E, quando consegue, o salário é menor, tem mais dificuldade para casar e, quando casa, tem uma vida sexual menos satisfatória do que teria se não fosse obeso. Há os complexos, a dificuldade para tirar a camisa na frente dos outros, usar roupa de banho.



**REDE CÂNCER** - *A aculturação em relação às práticas alimentares explica em parte alterações no cardápio do brasileiro? Estamos comendo menos arroz e feijão?*

**JOSÉ AUGUSTO TADDEI** - Pela primeira vez na história da humanidade – a não ser em situações de crise de falta de alimentos, como imigrantes que precisam se adaptar à culinária local –, mudou-se um hábito alimentar estabelecido há séculos. O hábito alimentar é o que está enraizado de forma mais profunda na sociedade. Essa mudança foi possível a partir de estratégias muito fortes de marketing, propagando o consumo de alimentos obesogênicos redutores de expectativa e qualidade de vida. Hoje, todo mundo come hambúrguer, mas a verdade é que não faz sentido largarmos o arroz com feijão.

**REDE CÂNCER** - *Existe no senso comum a ideia de que a obesidade é um problema de famílias com melhores condições econômicas e sociais. Essa premissa procede?*

**JOSÉ AUGUSTO TADDEI** - Na história da humanidade, a obesidade foi associada às classes mais abastadas em função do consumo excessivo de alimentos e do sedentarismo. Mas, com o passar do tempo, os alimentos foram barateados e as facilidades da vida moderna trouxeram o sedentarismo para outras classes sociais. Hoje, a obesidade é um problema de saúde pública mais intenso nas classes menos favorecidas, pois os mais abastados se defendem do mercado consumidor regulando alimentos e fazendo atividades físicas. Crianças e adolescentes, porém, independentemente de classe social, não têm essa oportunidade de defesa.

**REDE CÂNCER** - *A legislação brasileira é bem restritiva em relação ao tabaco. Como essa regulação pode ser comparada às restrições impostas à indústria alimentícia?*

**JOSÉ AUGUSTO TADDEI** - A sociedade brasileira está cuidando melhor dos potenciais futuros dependentes de tabaco que dos potenciais futuros obesos. Já compreendemos os males do cigarro, mas ainda não os da obesidade. A legislação brasileira é avançadíssima em relação a normas técnicas na rotulagem. Peca, entretanto, por expressar o consumo médio só para adultos, o percentual de adequação não discrimina a necessidade para crianças. Há dificuldades também de compreensão para a pessoa comum. Exige muitas contas. Esse processo precisa ser acelerado para chegarmos perto do que hoje se faz em relação ao tabagismo.

**REDE CÂNCER** - *Como essa regulação ocorre em outros países?*

**JOSÉ AUGUSTO TADDEI** - A Europa é menos suscetível à alimentação de risco, pois tem mais tradição alimentar. Na Escandinávia, por exemplo, a sociedade já superou a fase do engodo e não aceita mais consumir *fast food*. Os ingleses utilizam a lógica do semáforo para classificar os alimentos: etiquetas vermelhas indicam o risco de obesidade e doenças crônicas, amarelas representam um alerta e nas verdes o sinal é livre. A rotulagem também propõe a associação de “alimentos vermelhos” a “alimentos verdes”, objetivando um melhor equilíbrio nutricional e a redução de risco para a saúde.

**REDE CÂNCER** - *Como é possível mudar o quadro em relação à propaganda de alimentos?*

**JOSÉ AUGUSTO TADDEI** - Houve um movimento liderado pela Anvisa que, a partir de reuniões e debates com todos os agentes envolvidos no processo, concluiu pela necessidade de restringir a propaganda de alimentos em horários específicos, em programas com público formado por até 40% abaixo dos 12 anos. Formatou-se o decreto-lei em 2006. As indústrias e o Conar [Conselho Nacional de Autorregulamentação Publicitária], através de associações de classe, inviabilizaram em 2010 a regulamentação na Justiça, argumentando que não era atribuição da Anvisa, e sim do Congresso Nacional. Em relação à propaganda, no Brasil, a raposa toma conta das galinhas.

**REDE CÂNCER** - *Que conselhos o senhor daria para pais que enfrentam a máquina da propaganda da indústria alimentícia?*

**JOSÉ AUGUSTO TADDEI** - Nenhum alimento deve ser proibido. Alimento não é veneno, mas precisamos resgatar a nossa cultura alimentar. Quer saber o que dar para seu filho para evitar obesidade e doenças crônicas? Pergunte à sua avó. Ela sabe. A sociedade de consumo está tão confusa que esqueceu o que consumia quando criança. Dê para o seu filho o que você comia quando criança. Quando perdemos a cultura, perdemos a humanidade, a troca de afeto. O convívio de sentar em torno da mesa, estar próximo. Hoje, não se sabe de onde vem o alimento, não se sabe quem o preparou. De repente, você abre um pacote e come aquilo. |