ONDE RECLAMAR «A Agência Nacional de Vigilância Sanitária (Anvisa) recebe denúncias relativas à área de vigilância sanitária pelo e-mail: ouvidoria@anvisa.gov.br e pelo disque-saúde 0800-611997

Restrição à publicidade de alimentos

Anvisa propõe veicular anúncio de produtos com alto teor de açúcar e gordura em horário limitado

Luciana Casemiro e Nadja Sampaio

• Publicidade de alimentos com alto teor de açúcar, de gordura, de sódio e de bebidas com baixo teor nutricional só poderá ser veiculada na televisão entre 21h e 6h. Além disso, esses alimentos não poderão ser relacionados a eventos e materiais de cunho educativo. Essas são algumas das propostas do regulamento técnico que a Agência Nacional de Vigilância Sanitária (Anvisa) elaborou e pôs à disposição para consulta pública, via internet, no www.anvisa.gov.br, até o próximo domingo, dia l - de abril.

O bombardeio de propagandas de alimentos com elevada quantidade de açúcar, de gordura saturada, de gordura trans, de sódio e de bebidas com baixo teor nutricional foi o tema de discussão do seminário "Publicidade de Alimentos: participando da construção de uma política pública", realizado este mês pelo Instituto Brasileiro de Defesa do Consumidor (Idec), em parceria com a secretaria de Saúde do estado de São Paulo e a faculdade de Saúde Pública.

— O objetivo do evento foi obter contribuições para a consulta pública da Anvisa. É importante que o estado assuma seu papel na regulamentação dessa questão, já que especialmente as crianças estão sendo afetadas — afirma a presidente do conselho diretor do Idec e especialista em saúde pública, Sílvia Vignola.

MARIA JOSÉ Delgado, da Anvisa; Vidal Serrano Jr., promotor de Justiça; Silvia, do Idec; Ana Beatriz Vasconcellos, do Ministério da Saúde; Ana Olmos, da ONG TVER; e Monteiro, da USP (da direita para esquerda)

Idec defende regulamentação bastante restritiva

Segundo ela, a sedução da publicidade de alimentos começa pela embalagem:

— O alimento é associado a brindes como brinquedos e figurinhas que as crianças querem ter. Com isso, a indústria induz o hábito do consumo. Queremos uma regulamentação clara, que o próprio consumidor possa fiscalizar e que seja bastante restritiva, pois está provado que, aos dois anos, uma criança já reconhece marcas.

Em sua palestra, Carlos Monteiro, diretor do Departamento de Nutrição da Faculdade de Saúde Pública da USP, afirmou que o último levantamento realizado pelo IBGE mostrou que, em apenas 30 anos, o número de crianças e adolescentes do sexo masculino acima do peso no país subiu de 4% para 18%. Entre as meninas, o salto foi de 7,5% para 15,5%. A obesidade já atinge seis milhões de jovens brasileiros.

Segundo dados do Estudo Nacional de Despesa Familiar (Endef), a obesidade infantil triplicou, em 20 anos, destaca a gerente-geral de Monitoramento *e* Fiscalização de Publicidade da Anvisa, Maria José Delgado:

— Apesar de indústrias e Conar estarem questionando a competência da Anvisa para elaborar o regulamento, temos certeza de que isso nos cabe, pois a Constituição, que é a lei maior, estabelece o direito à saúde como primordial. Esse regulamento é uma das formas de trabalhar em prol da saúde, embora não seja a única — diz Maria, informando que até o dia 20 tinham sido recebidas 102 contribuições.

Conar: só o Congresso pode legislar sobre o tema

Gilberto Leifert, presidente do Conselho Nacional de Auto-Regulamentação Publicitária (Conar), se manifesta a favor de iniciativas em benefício do público, mas considera que a regulamentação de publicidade pela Anvisa fere a constituição, pois só o Congresso pode legislar sobre esse tema:

— Os produtos anunciados são antes aprovados pela autoridade sanitária para o consumo. Se podem ir para a prateleira do supermercado, podem ser anunciados. Hábito saudável se ensina na educação fundamental.

O Conselho Nacional de Segurança Alimentar (Consea) está recolhendo, pelo e-mail inesrrc@uol.com.br, apoio à regulamentação, avisa o presidente da entidade, Chico Menezes:

— Sabemos que haverá uma reação da indústria, por isso a importância da mobilização popular, mostrando que não se trata de uma proposta apenas da Anvisa.

José Augusto Tadei, chefe da disciplina de Nutrologia da Universidade Federal do Estado de São Paulo (Unifesp) concorda:

— A propaganda mostra alimentos saborosos, de alto teor de açúcar e gordura, associados a beleza, prazer, bem-estar, quando o consumo indiscriminado causa feiúra, mal-estar e vida mais curta.

O professor destaca que em pesquisa feita pela Unifesp ficou comprovado que, nas três horas *e* 20 minutos de programação infantil matinal, cinco minutos são de propaganda de alimentos de alto teor de açúcar e gordura e de bebidas de baixo teor nutricional. •

Fonte: O GLOBO, Rio de Janeiro, 25 mar. 2007. Caderno ECONOMIA, p. 38.