

<h1>Anvisa estabelece mudanças na publicidade para melhorar o cardápio brasileiro

</h1><p>Texto e infográfico por Larissa Cabral</p><p>Ilustrações: Paulo Crocomo

</p><p>“Não contém gluten”, “Sem gordura trans” ou “Produto com 0% de gordura” são frases constantemente procuradas por consumidores e, hoje em dia, facilmente encontradas por eles nos rótulos e propagandas de alimentos. Mas, de acordo com uma nova resolução da <a href="http://portal.anvisa.gov.br/wps/portal/anvisa/home!/ut/p/c5/04\_SB8K8xLLM9MSSzPy8xBz9CP0os3hnd0cPE3MfAwMDMydnA093Uz8z00B\_AwN\_Q\_1wkA48Kowg8gY4gKOBvp9Hfm6qf kF2dpqjo6liAJYj\_8M!/dl3/d3/L2dBISEvZ0FBIS9nQSEh/">Agência Nacional de Vigilância Sanitária (Anvisa)</a>, a respeito da publicidade e promoção comercial de alimentos com baixo valor nutricional e até perigosos para a saúde, um alerta diferente deverá aparecer nas estantes dos supermercados, embalagens, propagandas e anúncios. </p><p>A nova resolução, anunciada dia 29 de junho e chamada de <a href="PDFs/anvisa.pdf">RDC 24/2010</a>, obriga as propagandas de alimentos que contenham quantidades elevadas de <a href="http://pt.wikipedia.org/wiki/A%C3%A7%C3%Bacar">açúcar</a>, <a href="http://pt.wikipedia.org/wiki/S%C3%B3dio">sódio</a>, <a href="http://www.alimentacaosaudavel.org/Gordura-Saturada.html">gordura saturada</a> ou <a

href="http://revistaescola.abril.com.br/ciencias/fundamentos/gordura-trans-471120.shtml">gordura trans</a> e de bebidas de baixo teor nutricional, como refrigerantes, a virem acompanhados de mensagens alertando para os riscos à saúde em caso de consumo excessivo. "A propaganda influencia muito as pessoas, inclusive levando muitas vezes a uma escolha positiva. Para guiar essas mudanças, os profissionais devem estar atentos ao <a href="http://nutricao.saude.gov.br/guia\_conheca.php">Guia Alimentar Brasileiro</a>, que dá informações nutricionais importantíssimas", afirma a nutricionista Fernanda K. M. Couto.

</p><p>A RDC 24/2010, contudo, deixou de fora o texto voltado à publicidade (abusiva) infantil que vinha sendo discutido em consultas públicas. A Anvisa afirma que uma das grandes preocupações da resolução é o público infantil, reconhecidamente mais vulnerável. "Durante a alimentação infantil se desenvolvem as preferências e aversões alimentares. Sendo assim, nesta fase é importante ofertar alimentos nutritivos, retirando ou reduzindo ao máximo alimentos prejudiciais à saúde", explica Fernanda. "É como se fosse a construção de um prédio, se o cimento não for de boa qualidade e a estrutura não estiver bem firme, o prédio com o tempo poder cair".</p><p><font color="#993300"><strong>Dois lados</strong></font>

</p><p>"O papel do publicitário é justamente trabalhar o emocional da criança oferecendo sensações e experiências através da marca, porém, sem esquecer do principal: a verdade", defende Rodrigo Ascensão, diretor de criação de uma agência de publicidade e comunicação. "As informações devem ser claras para que a criança e seus pais possam entender, inclusive os alertas sobre os riscos de consumo em excesso ou qualquer outro efeito nocivo que o produto possa conter, e assim ser um fator na decisão de compra". </p><p>Para a publicação do texto, a Anvisa realizou consultas públicas desde 2006. A resolução, discutida pela população e instituições, proibia a venda casada de brindes e alimentos com altos índices de ingredientes prejudiciais. "É um absurdo, pois estamos lidando com crianças, que sabemos que são influenciadas por diversos atrativos, menos pela questão nutricional, e usar isso para a venda de um produto é somente se preocupar com o consumidor e não com o indivíduo que vai sofrer as consequência da má alimentação mais tarde". Durante as consultas públicas, também discutiu-se as restrições aos horários das propagandas.</p><p>Rodrigo Ascensão defende o uso da venda casada, mas com algumas ressalvas. "O lúdico e a experiência que o

produto traz podem ser muito vantajosas e até mesmo educativa, se for utilizada adequadamente. Acho válido, desde que não se esqueça do objetivo principal da comunicação e desde que o produto em si não se torne um segundo plano, onde o brinquedo seja o ator principal".

O que diz a nova resolução

Os fabricantes dos produtos afetados pelas normas têm um prazo de 180 dias para se adaptarem às regras: as propagandas terão que alertar sobre os riscos que esses alimentos oferecem e estão proibidas de sugerir que eles garantem boa saúde. Caso contrário, as multas podem chegar a R\$ 1,5 milhão. A resolução só será válida para [peças publicitárias](http://pt.wikipedia.org/wiki/Pe%C3%A7a_publicit%C3%A1ria) dos alimentos, não se aplicando aos rótulos.

São proibidos símbolos, figuras ou desenhos que possam causar interpretação falsa quanto aos alimentos e será vedado atribuir características superiores às que o produto possui e sugerir que ele é nutricionalmente completo. As propagandas terão, inclusive, alertas sobre os perigos do consumo excessivo de nutrientes prejudiciais, como a [cárie dentária](http://www.infoescola.com/saude/carie-dentaria/), [obesidade](http://www.abcdasaude.com.br/artigo.php?303) e [problemas na pressão](http://www.minhavidade.com.br/conteudo/1610-10-maneiras-de-evitar-e-controlar-a-pressao-alta.htm) arterial e coração.

"Os profissionais de propaganda são suficientemente criativos para encontrar maneiras de educar e ajudar na formação e no consumo consciente. O prazo dado, aparentemente, é curto, pois dependendo da abordagem de comunicação e do posicionamento que a marca tem do produto, implica em uma mudança de conceito e uma adequação muito grande da campanha. Cabe às agências, juntamente com as marcas, não medir esforços para cumprir a determinação da Anvisa", conclui Rodrigo.

O objetivo da resolução é proteger os consumidores de práticas que possam, por exemplo, omitir informações ou induzir ao consumo excessivo. No *press release*, a Agência destacou: "Uma das grandes preocupações da resolução está focada no público infantil, reconhecidamente mais vulnerável. Por isso a nova resolução dá especial importância à divulgação acerca dos perigos vinculados ao consumo excessivo de determinados produtos".

Onde será possível ver a mudança

A mensagem publicitária nos novos padrões trará: "O (nome/marca comercial do alimento) contém muita gordura saturada e, se consumido em grande quantidade, aumenta o risco de diabetes e doenças do coração" ou ainda: "O (nome/marca comercial do alimento) contém muito açúcar e, se consumido em grande quantidade, aumenta o risco de obesidade e de cárie dentária". Esta medida vale também para os refrigerantes, refrescos artificiais, bebidas com cafeína ou qualquer substância que atue como estimulante no sistema nervoso.

Na TV, o alerta terá de ser pronunciado pelo personagem principal. Já no rádio, a função caberá ao locutor. Quando se tratar de material impresso, o alerta deverá causar o mesmo impacto visual que as demais informações. E na internet, ele deverá ser exibido de forma permanente e visível, junto com a peça publicitária.

Os alertas deverão ser veiculados, ainda, durante a distribuição de amostras grátis, de cupons de descontos e de materiais publicitários de patrocínio, bem como na divulgação de campanhas sociais que mencionem os nomes ou marcas de alimentos com essas características.

**O JavaScript está**

desabilitado!</strong><br/>Para ver esse conteúdo, você precisa de um browser capaz de reconhecer JavaScript.</div><span id="avreloaded0" class="allvideos"><div id="warnflashavreloaded0" style="background-color:red;color:white;width:160px;visibility:hidden"><strong>Adobe Flash Player Não está instalado ou está em uma versão mais antiga que 9.0.115!</strong><br/><a href="http://www.adobe.com/go/getflashplayer" onclick="window.open(this.href);return false;" onkeypress="window.open(this.href);return false;"></a></div></span> swfobject.embedSWF('http://antiga.cotidiano.ufsc.br/images/videos/anvisa.swf','avreloaded0','550','400','9.0.115','/plugins/content/avreloaded/expressinstall.swf', false,{allowscriptaccess:'always',seamlesstabbing:'true',allowfullscreen:'true',wmode:'window',bgcolor:'#FFFFFF',menu:'true'}, {id:'p\_avreloaded0',styleclass:'allvideos'}); window.addEventListener("domready",function(){var s = "warnflashavreloaded0"; if (\$(\$s)){\$(\$s).setOpacity(1);}); </p>