

## Guerra Total ao açúcar e ao sal

**1** Até que ponto limitar a publicidade de produtos açucarados aos mais novos ajuda a prevenir o problema do excesso de peso?

**2** Que papel devem ter as escolas no combate à obesidade?

O Governo vai decretar uma guerra sem quartel aos alimentos com elevado teor de açúcar e de sal, junto dos mais novos. O objectivo é limitar a publicidade a menores de 16 anos a produtos de confeitaria, barras energéticas, refrigerantes, néctares, alguns iogurtes e também alguns cereais.

A lei que restringe a publicidade a uma série de alimentos e bebidas, numa lista com mais de uma centena de referências, já está em vigor desde 23 de Abril passado, mas aguarda um despacho da Direcção-Geral da Saúde, com o perfil nutricional dos produtos a abranger, para começar a ter aplicabilidade efectiva.

A indústria dos produtos alimentares em causa já protestou, mas a norma seguirá em frente, num país com sérios problemas ao nível do excesso de peso dos mais jovens, trucidados por publicidade diária que apela ao consumo de produtos carregados de sal

e de açúcar. De acordo com a directora do Programa Nacional para a Promoção da Alimentação Saudável, citada pelo 'Público', 30% das crianças, em Portugal, têm excesso de peso.

Na edição de 25 de Novembro de 2018, um dos médicos que realizam as cirurgias bariátricas no Hospital Dr. Nélcio Mendonça, revelou ao DIÁRIO que a Região tinha a maior concentração de obesos do país, e que tem muita gente que preenche os parâmetros da obesidade mórbida. 300 aguardavam por intervenção cirúrgica.

Neste 'Observatório' auscultamos profissionais ligados, directa e indirectamente, à problemática. Todos defendem as novas limitações impostas.

### BRUNO SOUSA - NUTRICIONISTA



**1** A evidência científica demonstra a associação entre a publicidade e o consumo alimentar das crianças.

Como se sabe que a publicidade e o marketing de produtos alimentares dirigidos a crianças habitualmente são de alimentos com um perfil nutricional menos adequado, e que o excesso de peso nas crianças está associado a um consumo

elevado destes alimentos com excesso de açúcares e gorduras, a Organização Mundial de Saúde tem vindo a alertar para a importância deste tipo de medidas para combater o excesso de peso nas nossas crianças.

É, portanto, um tipo de medida que está bem estudada, e que já foi implementada noutros países, contudo convém reforçar que é determinante existir

educação alimentar, não devendo esta medida ser isolada.

**2** Promover a alimentação saudável e a prática regular de atividade física, complementando o papel da família, que é quem tem o papel principal.

Ao nível da alimentação, as escolas devem ter uma oferta de produtos alimentares saudáveis e adequados a este tipo de

população, assim como terem práticas de educação alimentar, para que as crianças e jovens possam estar corretamente informadas e assim fazerem escolhas alimentares adequadas. Também não podemos esquecer que a escola pode ser um excelente veículo de informação para as famílias, através das crianças, e assim ajudar a promover os bons hábitos alimentares, que começam em casa.





**1** Sendo a publicidade uma ferramenta de comunicação e marketing com a finalidade de promoção, a sua ausência reduz a interferência na tomada de decisão dos consumidores.

Assim, a restrição na publicidade de produtos que contêm elevado valor energético, teor de sal, açúcar e ácidos gordos saturados e transformados, particularmente em contextos frequentados por crianças e jovens,

constitui uma medida relevante no combate aos erros alimentares, à adopção de hábitos pouco saudáveis e, indirectamente, aos problemas que decorrem destes comportamentos.

Por outro lado, estas restrições podem constituir uma oportunidade de veiculação de mensagens sobre outros produtos e sobre comportamentos saudáveis, contribuindo para a saúde dos jovens e da população em geral.

**2** Ambientes saudáveis são promotores de hábitos saudáveis e as escolas são um contexto com natural influência na definição dos hábitos das crianças e jovens.

Neste âmbito, a promoção dos níveis recomendados de actividade física e a implementação de políticas alimentares saudáveis nas escolas são formas de promover hábitos adequados, determinantes no

combate à obesidade.

Assinala-se que, com enquadramento na Estratégia multisectorial para a Alimentação Saudável e Segura da RAM, as escolas têm sido contexto de vários projectos de promoção da alimentação saudável, como são exemplo, a Rede de Bufetes Escolares Saudáveis, em escolas de 2.º e 3.º ciclo ou secundário, e mais recentemente o Escola Nutrifixe, desenvolvido em escolas do 1º ciclo.

**TIAGO SOUSA** - TÉCNICO DE EDUCAÇÃO FÍSICA



**1** Penso que limitar a publicidade a esses produtos poderá atenuar ou até melhorar este problema, no entanto julgo que esta não deva ser a principal medida a tomar no combate ao excesso de peso. Penso que deverá haver uma sinergia entre pais, professores e escola na educação para uma alimentação mais saudável. Devemos educar os pais de forma a que estes entendam os efeitos nefastos do açúcar quando uti-

lizado de forma crónica na alimentação dos filhos. Provavelmente o excesso de peso deve-se à hábitos sedentários, aliados a uma nutrição desequilibrada. Não só de produtos açucarados, mas também.

De qualquer forma se os mais novos não estiverem constantemente a ser “bombardeados” com publicidades a produtos altamente industrializados, provavelmente pedirão muito menos vezes aos pais que os le-

vem a comer fast-food. Portanto, limitar a publicidade a estes produtos poderá ser uma ajuda.

**2** As escolas deverão ser um veículo de educação e de prática de bons hábitos. De nada serve os pais educarem os seus filhos a nível alimentar, se quando estes chegam à montra do bar da escola as únicas opções são bolos, chocolates e croissants. A

escola, no meu entender, não deveria disponibilizar máquinas de venda de produtos gasificados ou chocolates. Todos sabemos que em termos de palatibilidade é muito mais atraente comer um chocolate do que uma salada, por exemplo.

Outro dos papéis da escola passa por explicar os efeitos a longo prazo da ingestão deste tipo de produtos e as suas consequências para sociedade.



**1** Lancheiras carregadas de bolachas, bolos, pacotes de..., habituais idas ao Supermercado seguidos de pequenos banquetes, substituição da água pelos sumos, ingestão de cereais carregados de açúcar ao pequeno-almoço... são apenas alguns dos exemplos comportamentais que contribuem para os elevados níveis de consumo de açúcar por parte de crianças e jovens. Temos, por um lado, grandes indústrias de produtos processados (sobrecarregam o merca-

do com péssimas escolhas nutricionais) ligados a poderosos interesses económico-financeiros, que agitam bandeiras de criação de postos de trabalho, aumento do PIB... Por outro lado, temos estudos que indicam que o açúcar causa dependência, que o seu consumo excessivo provoca desregulações metabólicas, que é ao nível das classes mais desfavorecidas que se verifica maior prevalência de excesso de peso/obesidade. Não é uma medida que vai mudar o estado das coisas. Mas é

necessário que se vão introduzindo medidas (não avulsas mas que se constituam linhas de força coordenadas) que contribuam para criar condições e ambientes facilitadores da aquisição de hábitos de vida saudáveis...

**2** A escola HBG pretende ajudar a construir um futuro em que cada indivíduo seja capaz de enfrentar desafios, descobrir oportunidades, adaptar-se às mudanças, resolver problemas e cons-

trangimentos, que a vida continuamente coloca. Ou seja, aprenda a tomar decisões conscientes (perceber as suas diferentes implicações) e a adoptar atitudes e comportamentos mais adequados. A intervenção da Escola Saudável HBG perspetiva um processo de formação e transformação na medida em que pretende que se assumam novas atitudes. As crescentes dificuldades e problemas são encarados como desafios e possibilidades para aprender e ensinar a...viver melhor.