



# V Conferência Municipal de Segurança Alimentar e Nutricional Sustentável – SP

## *Hábitos Alimentares na Sociedade Contemporânea*

Coordenação: Gillian Alonso Arruda

### 1- Hábitos Alimentares e Doenças Crônicas Não-transmissíveis

Prof. Dr. José A.A.C. Taddei

### 2 - Rotulagem Nutricional

Giovana Longo-Silva

### 3 - Alimentos Industrializados e Dieta Infantil

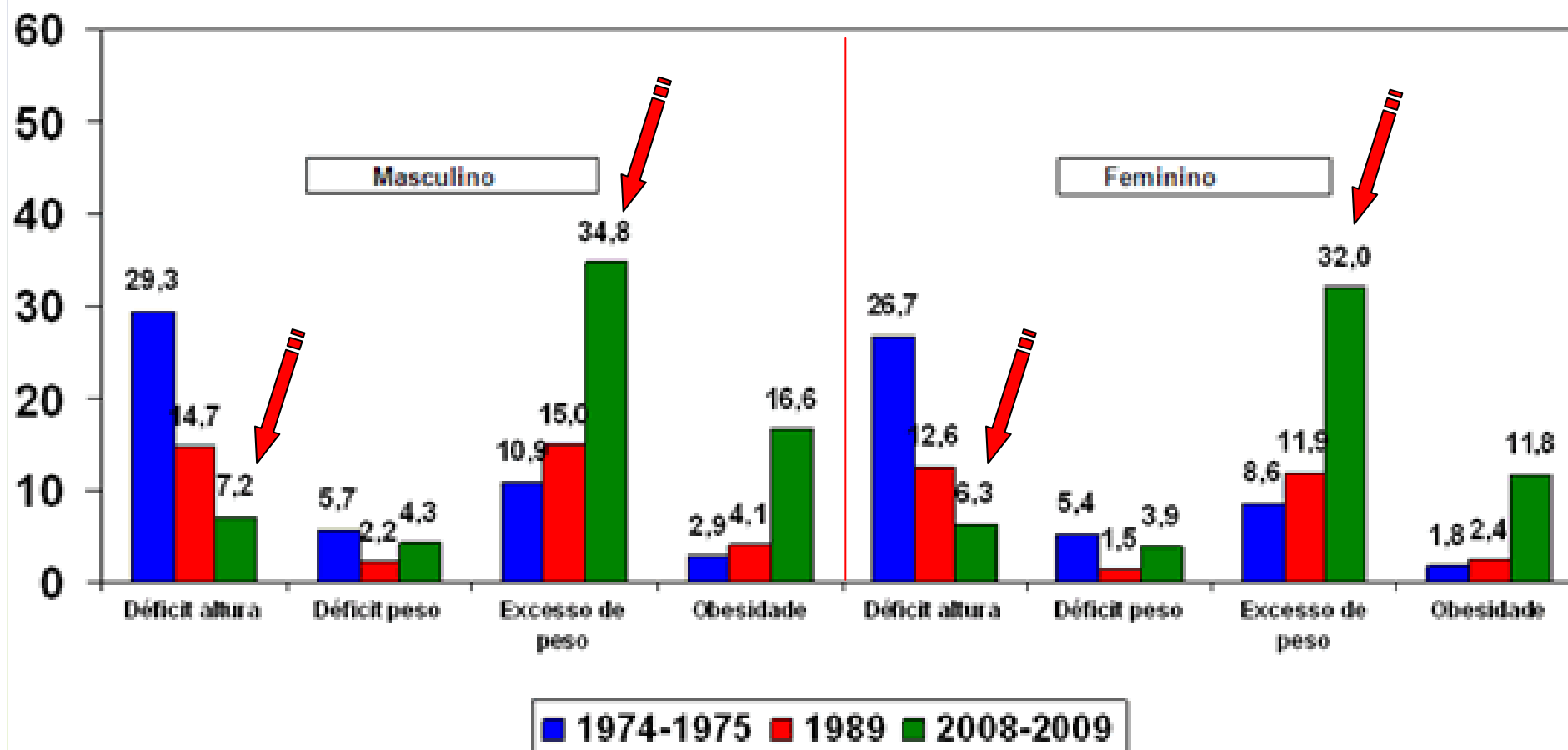
Maysa Helena de Aguiar Toloni

### 4 - Regulamentação da Propaganda de Alimentos

Isabella Henriques



## Evolução de indicadores antropométricos na população de 5 a 9 anos de idade, por sexo – Brasil – períodos 1974-75, 1989 e 2008-2009

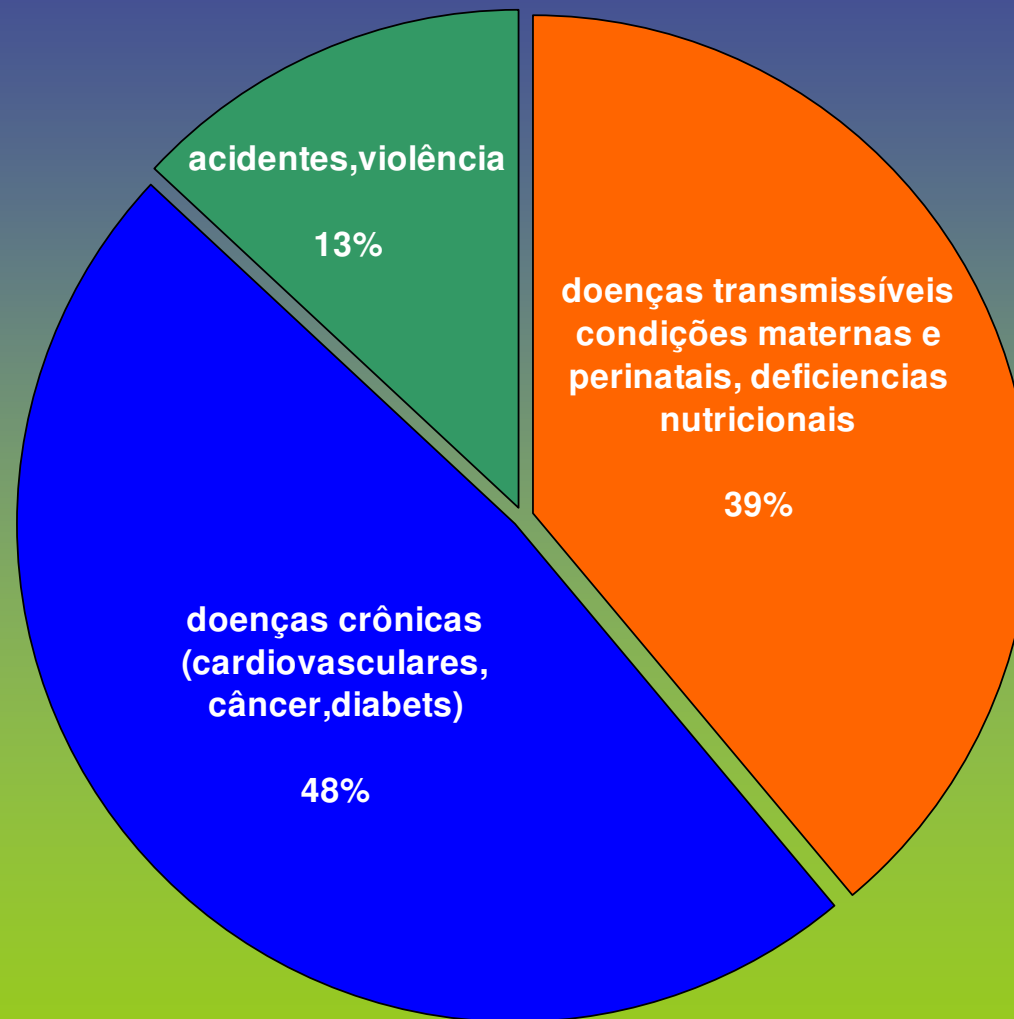


Fontes: IBGE, Estudo Nacional da Despesa Familiar 1974-1975; Instituto Nacional de Alimentação e Nutrição, Pesquisa Nacional sobre Saúde e Nutrição 1989; IBGE, Diretoria de Pesquisas, Coordenação de Trabalho e Rendimento, Pesquisa de Orçamentos Familiares 2008-2009

## IBGE aponta que 11,2 milhões de brasileiros passaram fome em 2009

“Em 2009, 5,8% da população brasileira passou fome por não ter recursos suficientes para comprar comida. O número, apesar de representar uma melhora em relação aos 8,2% de 2004, significa que 11,2 milhões de pessoas viviam em situação de insegurança alimentar grave no país, segundo o IBGE (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística). Cerca de um milhão delas eram crianças de 0 a 4 anos”.

# ANOS POTENCIAIS DE VIDA SAUDÁVEL PERDIDOS (APVSP) SEGUNDO PRINCIPAIS CAUSAS DE DOENÇAS, ESTIMATIVAS MUNDIAIS PARA TODAS AS IDADES, WHO 2005



NO BRASIL AS DOENÇAS CRÔNICAS SÃO CAUSAS DE 32,2% DAS MORTES

# DA POBREZA ÀS DOENÇAS CRÔNICAS

**Privação social e Estresse Psicológico**



**Restrições de escolhas e maiores níveis de comportamentos de risco**



**Riscos de doença aumentados**



**Início da doença**

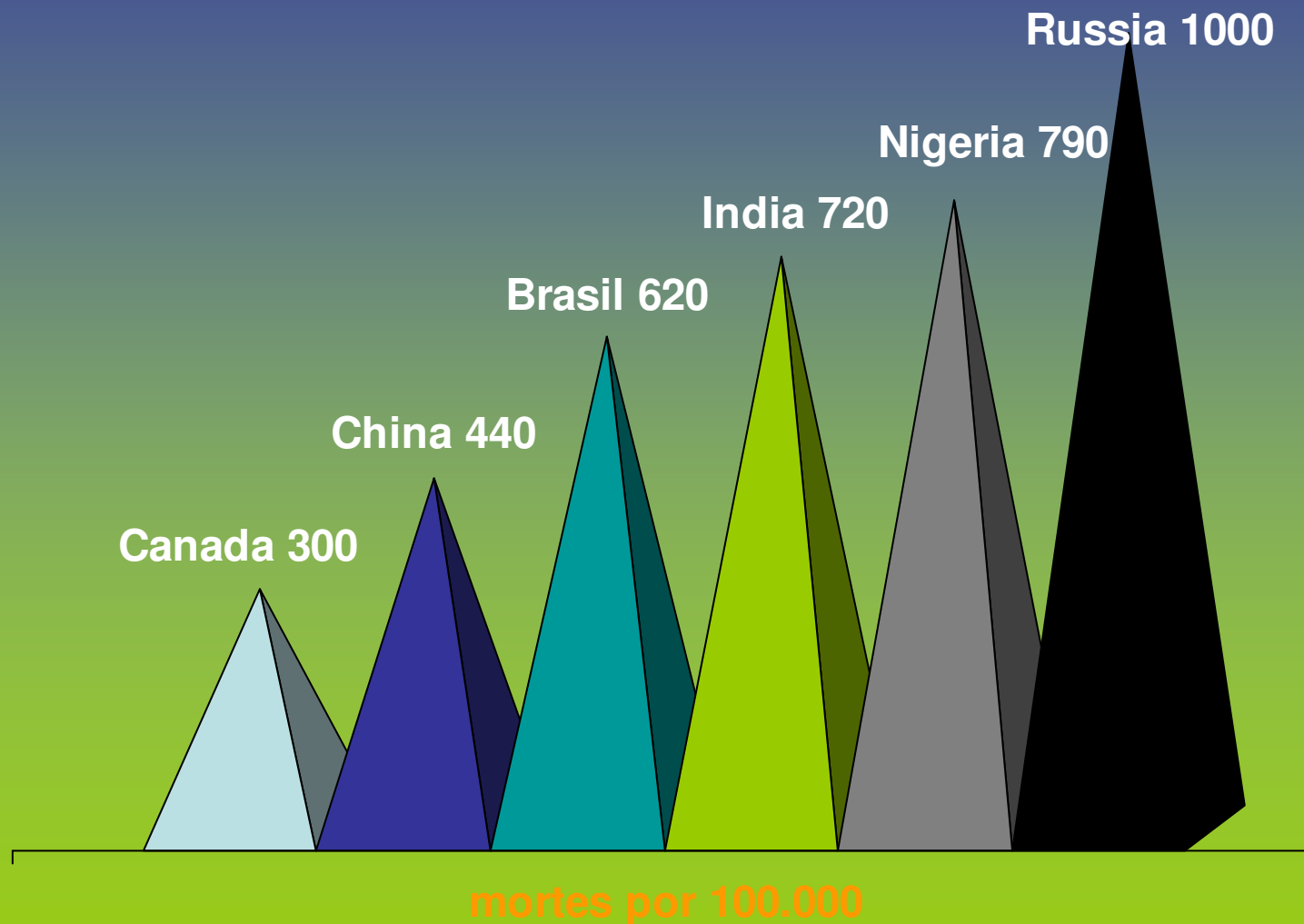


**Acesso reduzido a atenção à saúde**



**Menores oportunidades para prevenir complicações**

Projeção para 2005 das taxas de mortalidade no grupo etário 30-69 anos, por 100.000 habitantes de diferentes países.



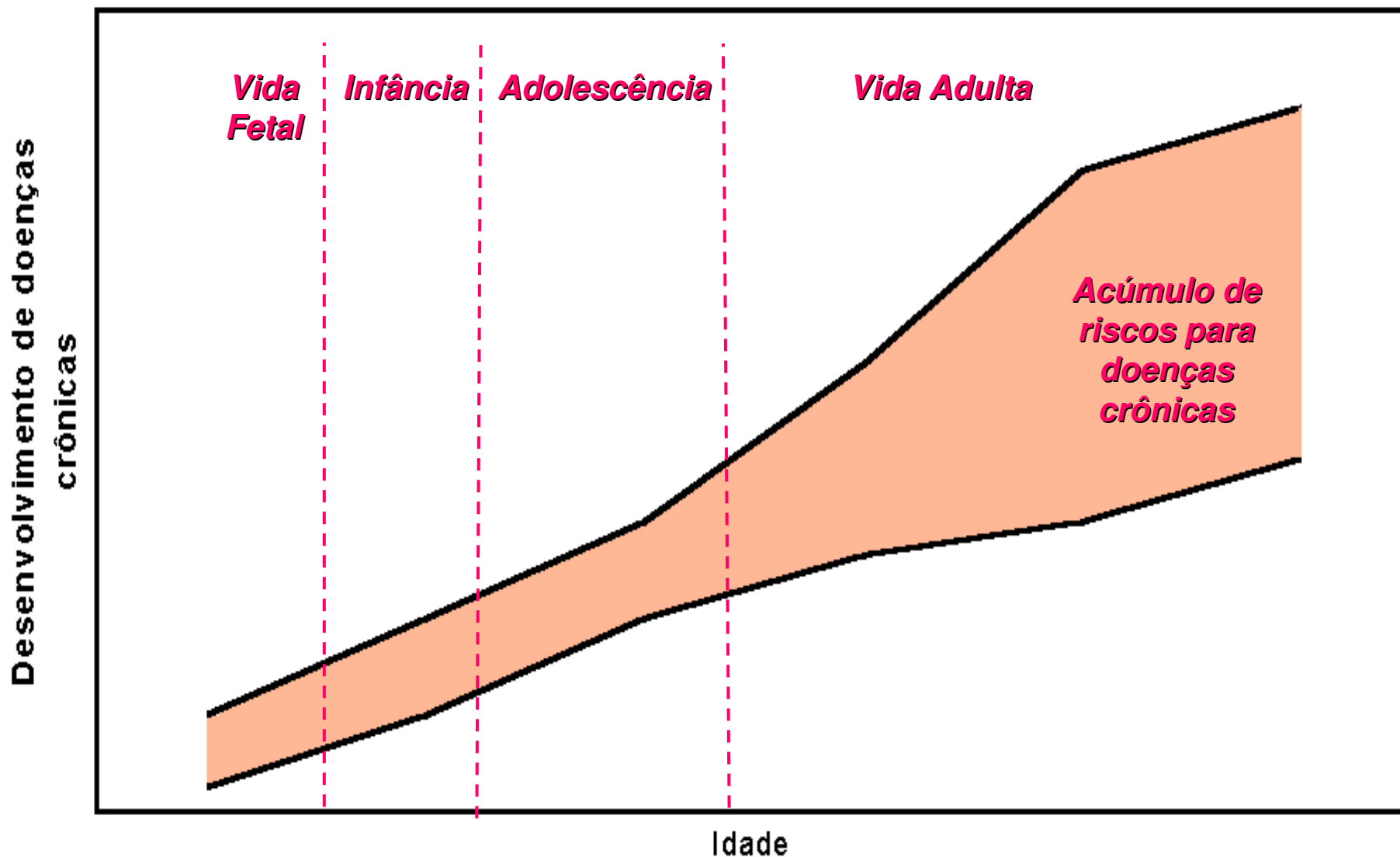
# CARACTERÍSTICAS DAS DOENÇAS CRÔNICAS

- Levam décadas para se estabelecer, tem sua origem na infância e juventude.
- Devido a sua longa duração, existem muitas possibilidades para **prevenção**.
- O **tratamento** em geral é de longa duração, complexo e caro.
- Os serviços de saúde precisam integrar o controle dessas doenças com o controle de doenças agudas e infecciosas.

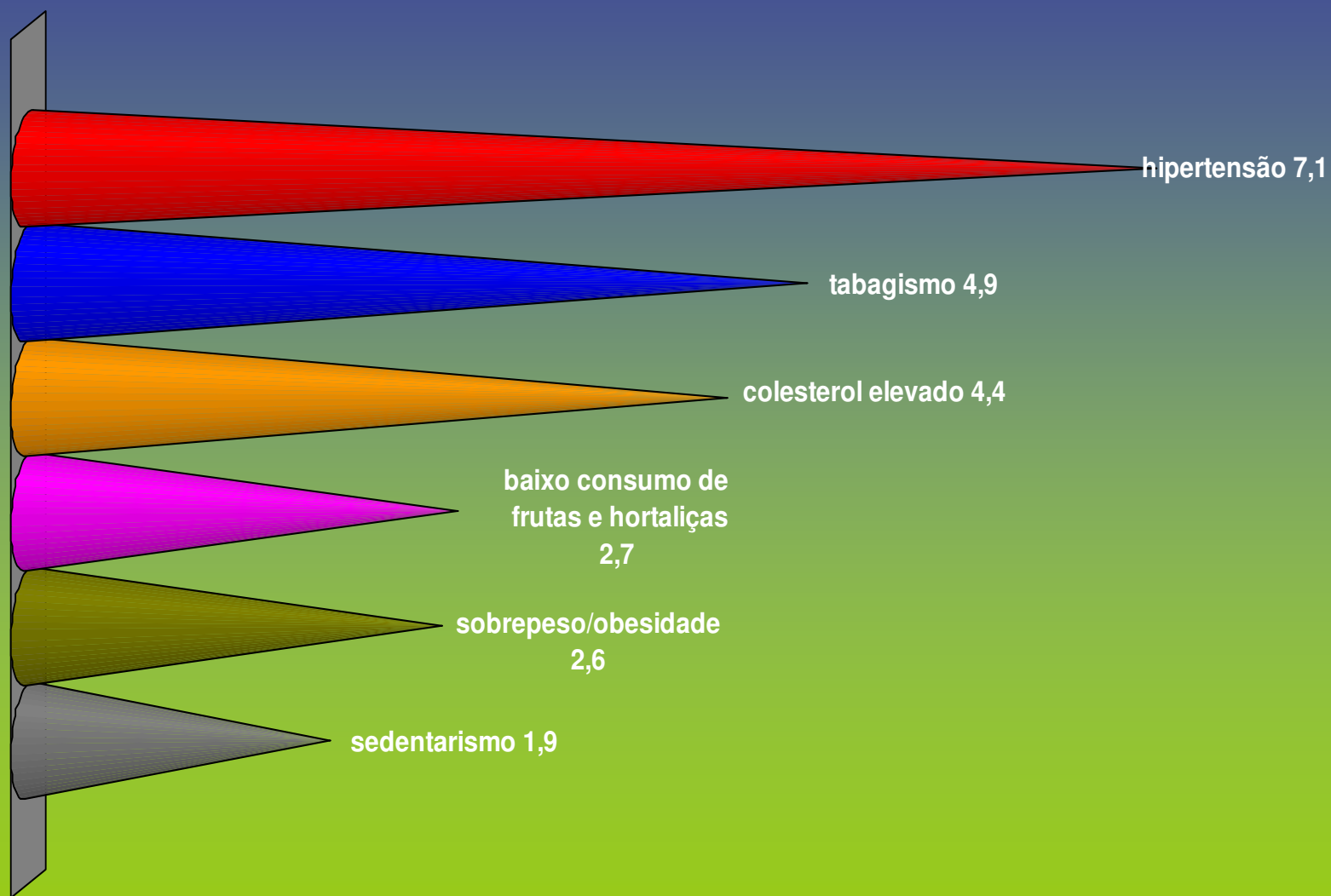
# CAUSAS DAS DOENÇAS CRÔNICAS

DETERMINANTES SÓCIO-ECONÔMICOS, CULTURAIS, POLÍTICOS E AMBIENTAIS	FATORES DE RISCO MODIFICÁVEIS	FATORES DE RISCO INTERMEDIÁRIOS	PRINCIPAIS DOENÇAS CRÔNICAS
GLOBALIZAÇÃO	<b>DIETAS GERADORAS DE DOENÇAS</b> <b>INATIVIDADE FÍSICA</b> <b>TABAGISMO</b>	AUMENTO DA PRESSÃO ARTERIAL	DOENÇA CARDÍACA
URBANIZAÇÃO		AUMENTO DA GLICOSE SANGUÍNEA	ACIDENTE VASCULAR CEREBRAL
ENVELHECIMENTO DA POPULAÇÃO	FATORES DE RISCO NÃO MODIFICÁVEIS	LIPÍDEOS SANGUÍNEOS ANORMAIS	CANCER
	IDADE	SOBREPESO/OBESIDADE	DOENÇAS RESPIRATÓRIAS CRÔNICAS
	HEREDITARIEDADE		DIABETES

# Efeito cumulativo de riscos para doenças crônicas



# Milhões de mortes no mundo em 2005 atribuídas a diferentes fatores de risco



# CUSTOS DA OBESIDADE PARA O SUS

- R\$1,2 bilhão gastos anualmente no SUS podem ser atribuídos ao sobrepeso e obesidade que aumentam consumo de medicamentos, procedimentos diagnósticos e internações por:
  - Obesidade mórbida;
  - Hipertensão;
  - Acidente vascular cerebral;
  - Infarto do miocárdio;
  - Diabetes;
  - Câncer de colon;
  - Colelitíase.

# Em no máximo 40 anos, a pirâmide etária brasileira será semelhante à da França hoje

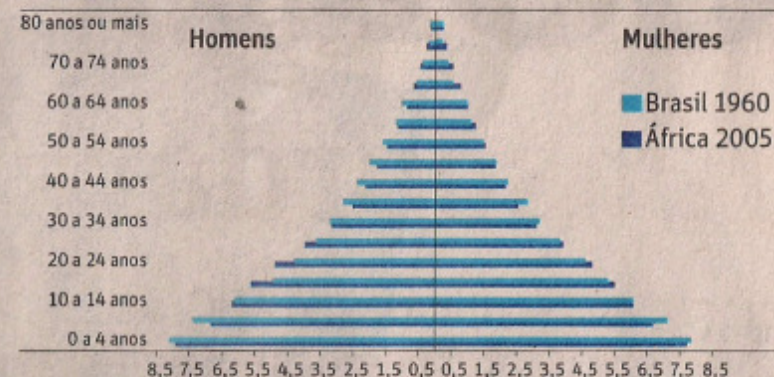
## ENVELHECIMENTO DA POPULAÇÃO BRASILEIRA

Em no máximo 40 anos, a pirâmide etária brasileira será semelhante à da França hoje

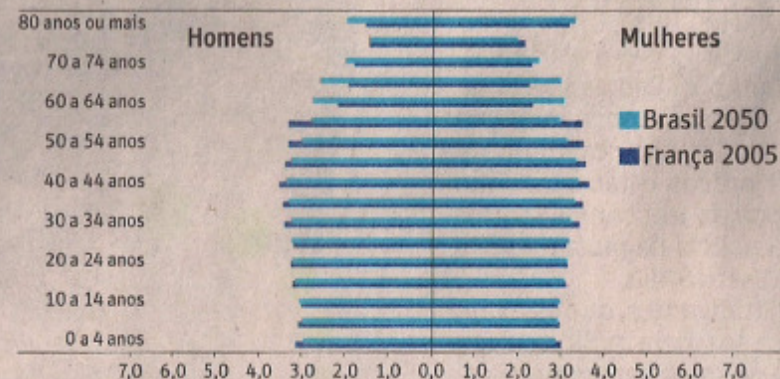
### PIRÂMIDE ETÁRIA BRASIL 2010



### Pirâmide etária relativa - África 2005 e Brasil 1960 (%)



### Pirâmide etária relativa - França 2005 e Brasil 2050 (%)

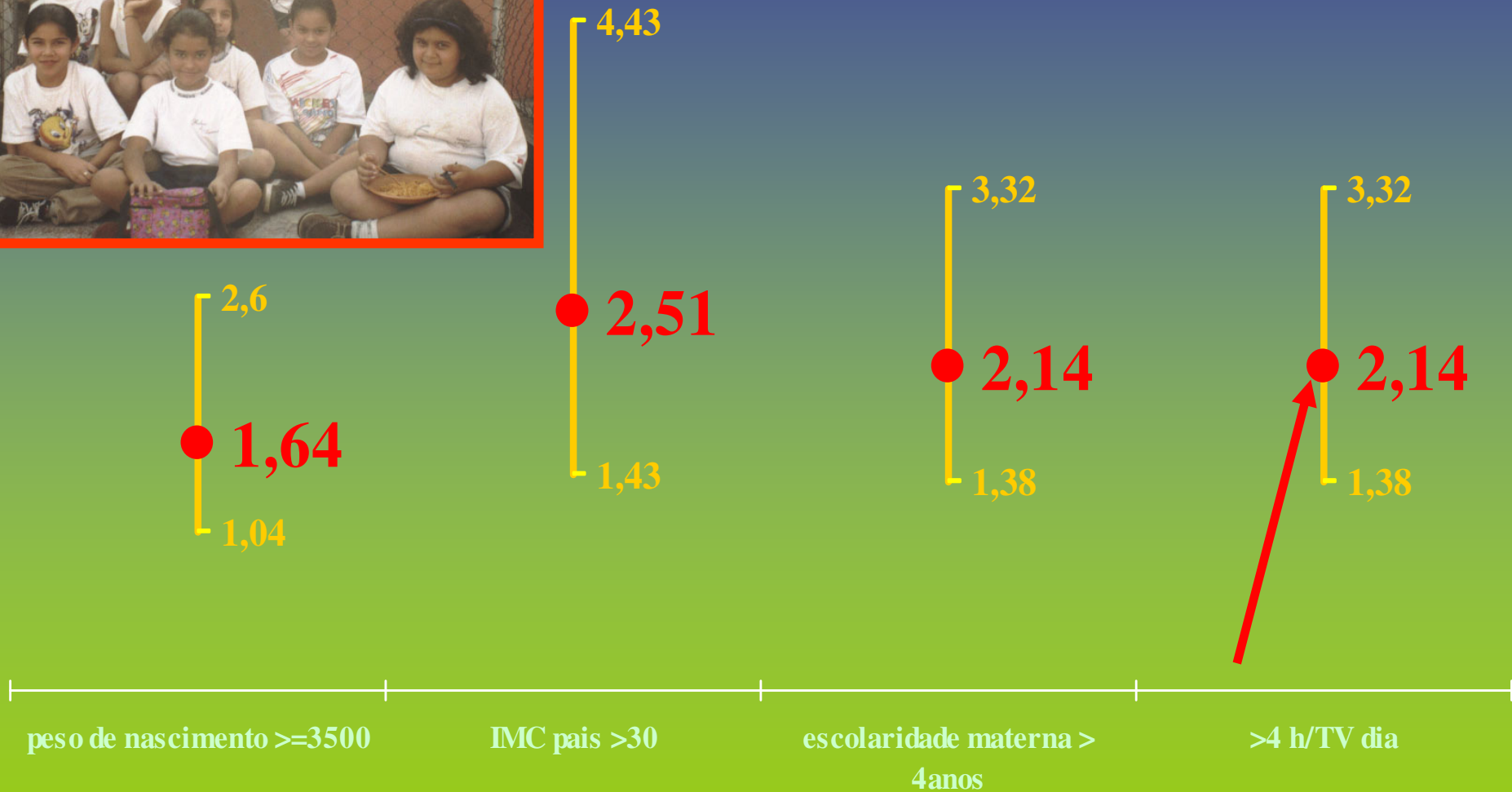


# SUSCEPTIBILIDADE DE CRIANÇAS E ADOLESCENTES A NOVOS PRODUTOS

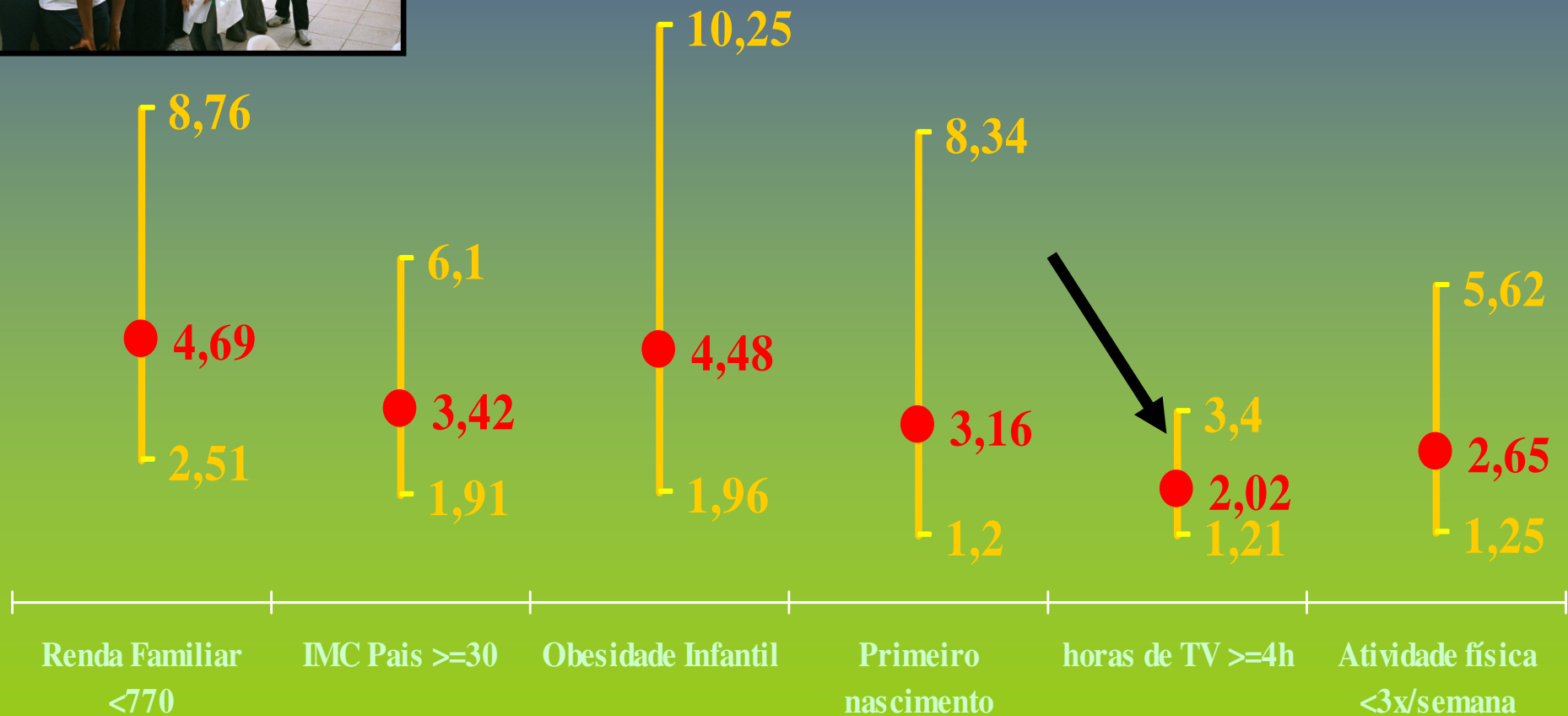
- Empresas produtoras de guloseimas, assim como as produtoras de cigarros, focalizam seus esforços de divulgação nos jovens e crianças.
- Além de receptivos para novos produtos, esses indivíduos estão formando seus padrões de consumo, e, uma vez conquistados, se transformam em consumidores pelo resto de suas vidas.
- Acesso nunca visto a alimentos saborosos, de alto valor calórico e que são intensamente promovidos por campanhas que os associam à beleza, ao prazer e à felicidade.



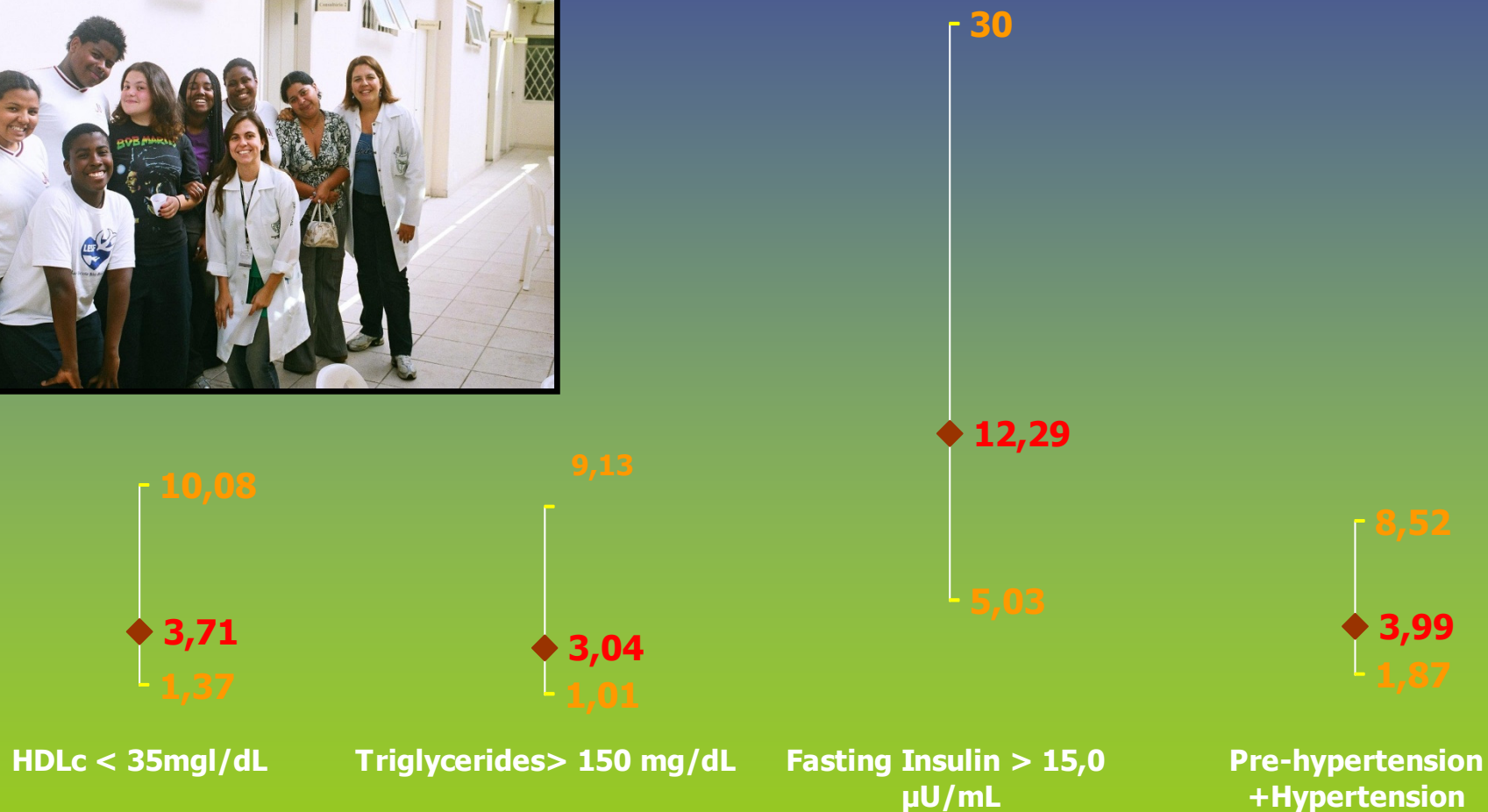
# Odds ratio para obesidade (P/E > 2,0z) de 446 (223 obesos e 223 não-obesos) estudantes de escolas públicas de 7-10 anos de idade - São Paulo, Brasil, 2000



# Regressão logística dos fatores de risco para sobrepeso em adolescentes pós-púberes (de 14-19anos) - 151 casos e 128 controles – de escolas públicas, São Paulo, Brasil 2002-2006.



# Regressão logística dos fatores de risco cardiovascular de adolescentes sobrepeso pós-púberes (14-19anos) - 151 casos e 128 controles- de escolas públicas, São Paulo, Brasil 2002-2006.

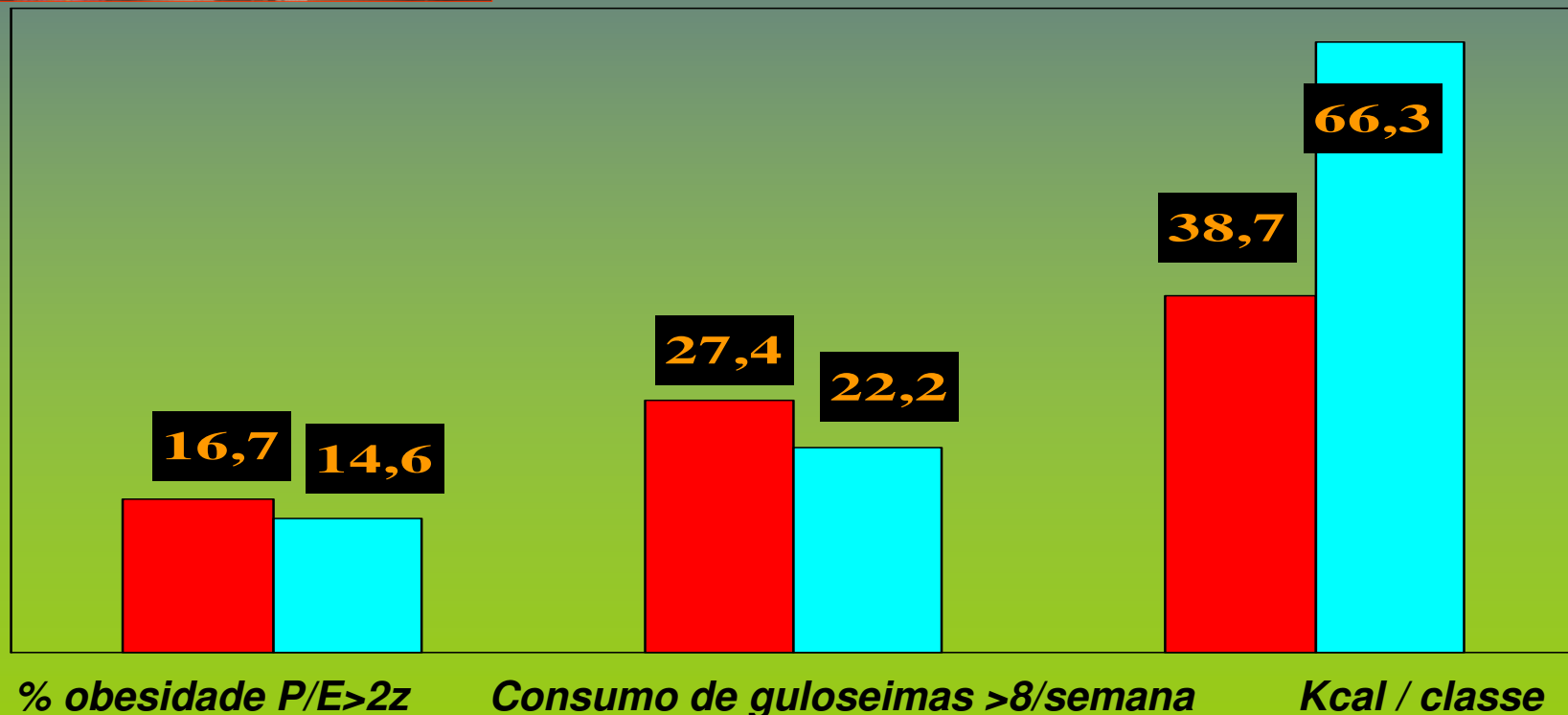


*Cobayashi, Oliveira, Escrivão, Taddei, 2008*

# Impacto de 45 aulas de Educação Nutricional sobre as variáveis nutricionais de 437 alunos (7-10 anos) de escolas públicas, São Paulo, Brasil, 2000



■ ANTES ■ DEPOIS





<http://www.unifesp.br/dped/disciplinas/nutricao/nutricao.html>



Coordenação:

José Augusto Aguiar Carrazedo Taddei

Consultor de psicologia:

Lino de Macedo

Nutricionistas responsáveis:

Cristina P. Gaglianoni

Mariana de Novaes Oliveira

Voltar



# Alimentos industrializados:



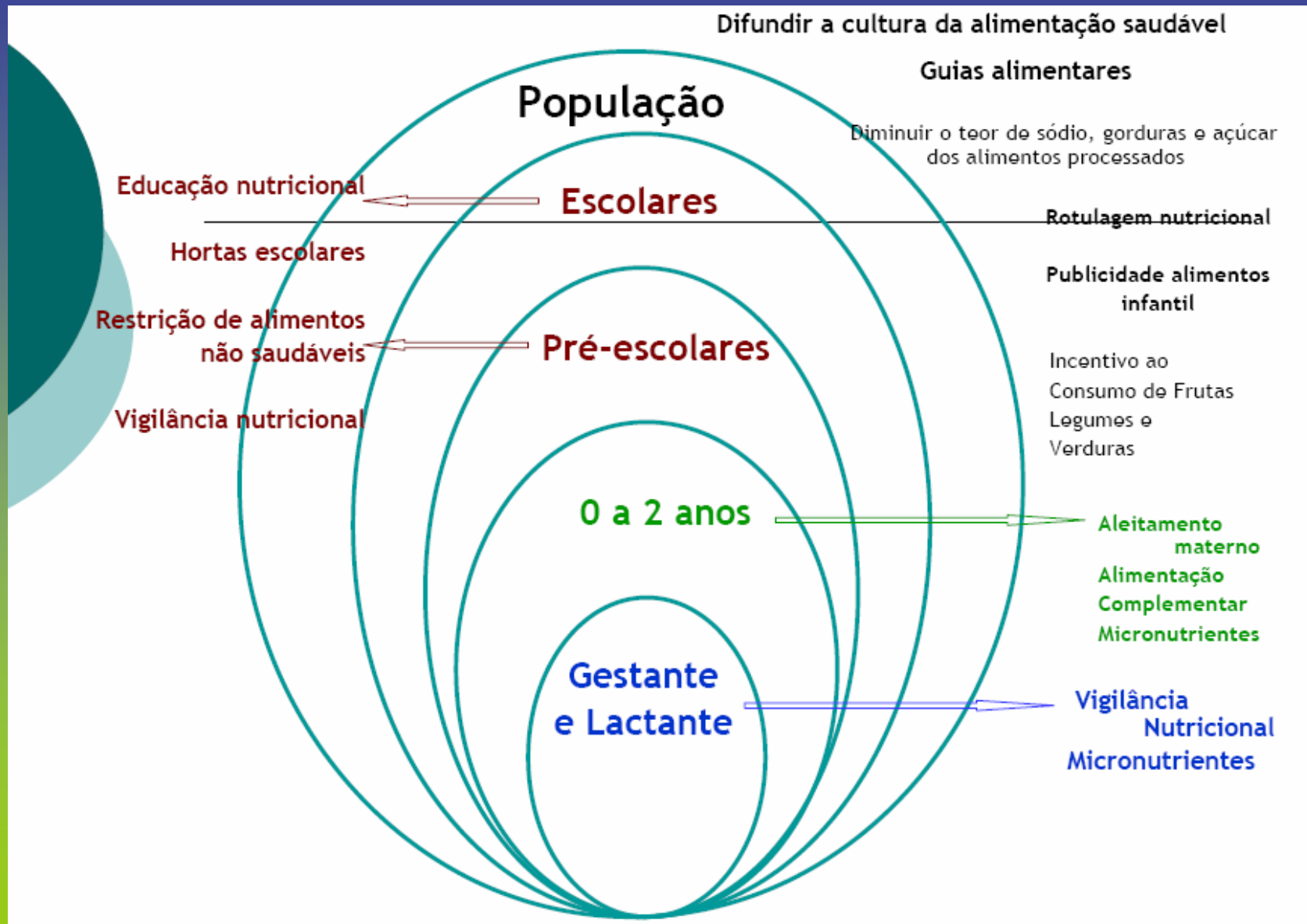
- Representaram 85% do consumo total de alimentos (2007)
- Diminuição expressiva no consumo de itens básicos que integram preparações tradicionais da culinária brasileira, como o arroz, o feijão e a farinha de mandioca

**As POFs registraram aumento na disponibilidade: doces (500%), refrigerantes (300%) e de biscoitos e bolachas (400%) → inexistentes nos supermercados na década de 70.**

- Altamente calóricos e de baixo valor nutricional
- Ricos em açúcares simples, gorduras animais, gordura trans, sódio e reduzidos em carboidratos complexos e fibras.



# Programas e Políticas dos Governos Federal, Estadual e Municipal na Área de Educação Nutricional voltado para Diferentes Agrupamentos Populacionais e Institucionais.



(PNAN, MS, BRASIL)

# ESTRUTURA DE CUSTOS DOS ALIMENTOS

Labor takes the biggest chunk of the food dollar



# A publicidade de alimentos

- Orçamento publicitário das indústrias de alimentos:

**Mundo** ⇒ 40 bilhões de dólares (2001)

**Brasil** ⇒ 1 bilhão de reais (2005)

Dalmeny, Hanna & Lobstein, 2003; Almanaque Ibope, 2005.

*Para cada dólar gasto pela OMS tentando promover a nutrição saudável, 500 dólares são gastos pela indústria de alimentos na promoção de alimentos processados.*

Lang & Millstone, 2002.

# O MERCADO PUBLICITÁRIO INFANTIL

**BRASIL** → 48,8 milhões menores 14 anos (IBGE, PNAD, 2005).

→ **Mesada das crianças: ~ R\$28,60** (R\$ 69.237.069,00/mês)

→ **Consumo infantil de fast food (2004): R\$5 bilhões/ano**

Fonte: Nickelodeon Business Solution Research, ano 2007

## NO QUE AS CRIANÇAS GASTAM?

➤ 73%: guloseimas

➤ 47%: salgadinho

➤ 44%: sorvetes

➤ 29%: bebidas

Fonte: Pesquisa CN.com.Br → crianças 6 a 11 anos - Brasil (2004/2005/2006)



A handwritten list of candies and their prices, titled "Tabela" and "Longo, 2006 Cananéia". The list is written on a piece of paper with a decorative border of pink and yellow flowers. The items and their prices are as follows:

lala	→ 0,05
pirulito dolito	→ 0,10
pirulito sorvete	→ 0,20
pirulito chupeta	→ 0,20
pasoca	→ 0,30
pingo de leite	→ 0,30
pé-de-moleque	→ 0,30
pipoca	→ 0,30
lusk	→ 0,30
stick	→ 0,30
quijubra	→ 0,40
moranguete	→ 0,30
roquete	→ 0,60
salgadinho	→ 0,60
mentos	→ 0,50
kulist	→ 0,50
gardner	→ 0,50
corinho	→ 0,50

# MARKETING DE ALIMENTOS SAUDÁVEIS: “AQUI A NATUREZA É A ESTRELA”

A HORTIFRUTI APRESENTA:

A INCRÍVEL  
**RÚCULA**



NA HORTIFRUTI  
ELA GANHOU  
SUPER-PODERES.

Aqui a natureza é a estrela.



[www.hortifruti.com.br](http://www.hortifruti.com.br)

[www.hortifruti.com.br](http://www.hortifruti.com.br)



A HORTIFRUTI APRESENTA:

O  
**QUIABO**  
↓ VESTE  
**PRADA**

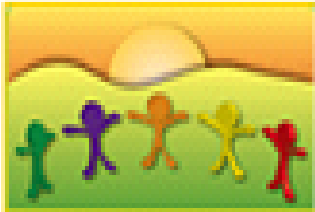
ELE ENTROU NO  
SELETO MUNDO  
DA HORTIFRUTI.

Aqui a natureza é a estrela



***O HCor adverte: existe vida fora do sofá.  
Dê um chega pra lá no sedentarismo.***





# Portal Estilo de Vida Saudável

[www.saude.br](http://www.saude.br)

e-mail: [vidasaudavel@unifesp.br](mailto:vidasaudavel@unifesp.br)

## Instituições Parceiras:



IPTI



Promotoria  
de Justiça do  
Consumidor  
de São Paulo