



FACULDADE PATOS DE MINAS

MUNIQUE LOSADO

**INFLUÊNCIA DA MÍDIA ACERCA DA
ALIMENTAÇÃO SAUDÁVEL: relato de
irregularidade na publicidade de produtos Detox
no Brasil**

PATOS DE MINAS

2015

MUNIQUE LOSADO

**INFLUÊNCIA DA MÍDIA ACERCA DA
ALIMENTAÇÃO SAUDÁVEL: relato de
irregularidade na publicidade de produtos Detox
no Brasil**

Artigo apresentado na Faculdade Patos de Minas – FPM como requisito parcial para a conclusão do Curso de Graduação em Farmácia.

Orientadora: Ms. Margareth Costa e Peixoto.

PATOS DE MINAS

2015

INFLUÊNCIA DA MÍDIA ACERCA DA ALIMENTAÇÃO SAUDÁVEL: relato das irregularidades na publicidade de produtos Detox no Brasil

MunIQUE Losado¹

Margareth Costa e Peixoto²

RESUMO

A alimentação é a forma com que o organismo consegue captar nutrientes e alimentos para a manutenção das suas funções básicas, já a nutrição compreende-se como um processo biológico onde os organismos fazem uso dos alimentos para angariar os nutrientes para sua manutenção e, por fim, os alimentos funcionais são aqueles que, quando consumidos, além de proporcionar as funções básicas, produzem ainda efeitos benéficos para a saúde dos que o ingerem. A alimentação de uma pessoa passa por inúmeras transformações até a mesma chegar à fase adulta, transformações estas que podem ser influenciadas pela mídia, que é uma importante forma de conduzir as informações à população. O presente trabalho tem como objetivo evidenciar as influências da publicidade de produtos alimentícios sob a perspectiva da promoção à saúde. Fatores como a alimentação, nutrição e alimentos funcionais passam a estar lado a lado. As informações noticiadas pelos meios de comunicação em massa devem ter uma atenção especial, pois pesquisas relatam que tais meios possuem um papel relevante na criação de novos hábitos de alimentar-se. No Brasil, a nova onda dos produtos Detox teve problemas com agências reguladoras como a ANVISA, a qual suspendeu a venda e propaganda de vários produtos pelo fato dos mesmos trazerem em seus rótulos determinadas qualidades funcionais ou de saúde que não condiziam com a realidade. A partir desta pesquisa foi possível concluir que a mídia exerce uma grande influência nas pessoas, para que elas escolham determinados produtos e alterem o seu estilo de vida. Entretanto, não podemos menosprezar a mídia nem mesmo o seu poder de influência no cotidiano de milhares de pessoas, além de reconhecer a relevância deste caso para que seja usada de maneira mais ética e consciente.

Palavras-chave: Dieta. Detox. Alimentação. Alimentos funcionais. Mídia.

1- Acadêmica do curso de Faculdade Patos de Minas. Email: munIQUE-unai@hotmail.com

2- Docente do curso de Farmácia da FPM. Email: farmafpm@hotmail.com

INTRODUÇÃO

A população brasileira nas últimas décadas experimentou grandes transformações sociais que resultaram em mudanças no seu padrão de saúde e consumo alimentar. (1)

Sabe-se que alimentação é essencial à vida, e que a deficiência de alimentos em qualquer etapa do processo vital, exerce profundas repercussões no crescimento, no desenvolvimento e em qualquer atividade que o ser humano exerça (2).

A bibliografia deixa claro que a inadequação da dieta promove malefícios para a saúde, entretanto a escolha por alimentos não poderá estar restrita a um falso conceito de alimentação saudável muitas vezes mostrado pela mídia.

Os canais de comunicação tem exercido de maneira invasiva uma grande influência nas escolhas e formação do hábito alimentar, desta forma, diversos países têm adotado medidas legais para limitar a publicidade de alimentos, muitas vezes proibindo a propaganda de produtos considerados não saudáveis.

A partir de um apelo comercial, surgiram os alimentos conhecidos como Detox, que recebem este nome por referirem a um amplo poder de desintoxicar o organismo, o que não está comprovado cientificamente.

No Brasil, quem faz a regulamentação de alimentos bem como sua rotulagem e divulgação é a Agência Nacional de Vigilância Sanitária (ANVISA). Em julho de 2015, a ANVISA determinou o recolhimento de 21 produtos do mercado por utilizarem um apelo publicitário inadequado. Foram suspensos todos os produtos cujas publicidades não estavam dentro das atribuições e propriedades estabelecidas pela legislação sanitária vigente, e também produtos que alegam propriedades medicamentosas, terapêuticas e de saúde não permitidas para aquele produto.

Visto que a população precisa de informações verdadeiras sobre alimentação saudável e que a propaganda veiculada acaba por influenciá-la, o presente trabalho será um estudo descritivo qualitativo que pretende evidenciar a influência da publicidade de produtos alimentícios sob a perspectiva da

promoção à saúde, conceituando as terminologias sobre alimentação e nutrição, identificando essas influências da mídia e relatando um caso de ilegalidade recente ocorrida no Brasil.

1 – ALIMENTAÇÃO E NUTRIÇÃO

O Decreto-Lei nº 986 de 21 de outubro de 1969 define a palavra “alimento” como sendo toda mistura ou substância, que esteja no estado líquido, sólido, pastoso, ou qualquer outra forma apropriada e que seja utilizada para prover ao corpo humano os elementos essenciais para sua formação, crescimento e conservação. (3) Contudo, a definição de “alimento” de acordo com o dicionário Larrouse é a designação empregada para definir qualquer substância que ajude na nutrição e sustentação dos seres vivos. (4)

Arabbi menciona que o alimento como um todo é uma mistura química bastante complexa, sendo que não se conhece bem ainda os impactos deste nos mecanismos responsáveis pela regulação do organismo. Nem todos os alimentos ditos “naturais” podem ser considerados seguros, em virtude de estes possuírem propriedades cancerígenas, teratogênicas e mutagênicas. (5)

A Política Nacional de Alimentação e Nutrição (PNAN) traz em seu glossário que alimentação adequada e saudável é a prática alimentar apropriada aos aspectos biológicos e socioculturais dos indivíduos, bem como ao uso sustentável do meio ambiente. Deve estar de acordo com as necessidades de cada fase do curso da vida e com as necessidades alimentares especiais; ser referenciada pela cultura alimentar e pelas dimensões de gênero, raça e etnia; ser acessível do ponto de vista físico e financeiro; harmônica em quantidade e qualidade; baseada em práticas produtivas adequadas e sustentáveis; com quantidades mínimas de contaminantes físicos, químicos e biológicos. (1)

O alimento e a nutrição instituem-se como condições primordiais para a proteção da saúde bem como da promoção, propiciando assim a afirmativa plena do crescimento humano, com cidadania e qualidade de vida.

(1)

O ato de alimentar-se, algo que é necessário para qualquer ser humano, uma característica vital, onde a alimentação e a comida simbolizam elementos de relação social e familiar. (6)

Angelis conceitua como “alimentos funcionais” aqueles alimentos que, além de desempenharem seu papel na nutrição básica, ajudam também na promoção da saúde. (7)

Da mesma forma, Oliveira et al. relatam que estes alimentos apresentam um alto potencial para promover a saúde, através de meios não estabelecidos pela nutrição clássica. Vale destacar ainda que este aspecto limita-se exclusivamente à promoção à saúde e não à cura de patologias. (8)

Lidar com a ideia de alimentação saudável significa reconhecer a polifonia que a caracteriza. A título de ilustração, registramos que alimentação é conceito que, com frequência, é tomado por Nutrição, inclusive nos meios acadêmicos, embora envolva este último, o lugar da Natureza – o comer para a sobrevivência e o nutrir para alcançar o corpo biológico fortalecido para enfrentar e vencer as doenças – enquanto que, diferentemente, o primeiro refere ao universo Social, onde está o alimentar dos gostos, ritos e símbolos, sentidos e significados que somente os seres humanos podem conferir e, aí, construir identidade, cultura e sociedade. Assim, também, saúde e doença dizem respeito a fenômenos distintos e, no mais das vezes, tratados como o mesmo. Em vários espaços, incluindo o mundo da publicidade, alimentação e saúde são encontradas lado a lado, como se fossem nutrição e doença. (9)

O fato de alimentar-se de maneira coerente faz parte de hábitos fomentadores da saúde, sendo assim, ajuda também na prevenção de determinadas patologias. A ingestão de alimentos saudáveis é um fator definitivo para se ter uma qualidade de vida melhor para os indivíduos de várias faixas etárias, e em muitas das vezes, uma atenção essencial em grupos com doenças que estão na fase crônica e aguda. (10)

Temas como alimentação e nutrição estão presentes na legislação recente do Estado Brasileiro, que entende a alimentação como um fator condicionante e determinante da saúde e que as ações de alimentação e nutrição devem ser desempenhadas de forma transversal às ações de saúde. (1)

Henriques; Dias; Burlandy apontam para a supervalorização ou mistificação de determinados alimentos em função de suas características nutricionais ou funcionais, o que também não deve constituir a prática da promoção da alimentação saudável. Alimentos nutricionalmente ricos devem ser valorizados sem que se precise mistificar uma ou mais de suas características, tendência esta muito explorada pela propaganda e publicidade de alimentos. (11)

A legislação brasileira não define alimento funcional. Define a alegação de propriedade funcional e alegação de propriedade de saúde e estabelece as diretrizes para sua utilização, bem como as condições de registro para os alimentos com alegação de propriedade funcional e, ou, de saúde. Dentre as diretrizes para esse tipo de alimento são permitidas alegações funcionais relacionadas com o papel fisiológico no crescimento, desenvolvimento e funções normais do organismo e, ou, ainda alegações sobre a manutenção geral da saúde e a redução de risco de doenças, em caráter opcional. Não são permitidas alegações que façam referência à cura ou à prevenção de doenças. (12)

Moraes; Colla destacam que os alimentos funcionais tiveram sua terminologia conceituada na década de 80 pelo governo japonês. E compõem um novo conhecimento sobre alimentação cuja premissa é oferecer alimentos saudáveis para a população que envelhece com uma grande expectativa de vida. (13)

Nesta perspectiva, os alimentos funcionais são considerados um ponto relevante do bem-estar, onde também abrangem a prática de uma dieta prudente associado à atividade física regular. (12)

2 – INFLUÊNCIAS DA PUBLICIDADE NA FORMAÇÃO DE HÁBITOS ALIMENTARES

Nos últimos anos, a maioria dos brasileiros passou por várias mudanças tanto culturais quanto sociais, o que ocasionou alterações em seu padrão de saúde e no hábito de se alimentar. (14)

A partir disso, surge novo perfil de consumidores, preocupados com a estreita relação alimentação-saúde-doença, vem exigindo das indústrias alimentícias novas estratégias de mercado. (14)

Mudanças alimentares verificadas nas dietas de diversos países do mundo revelam um aumento considerável do consumo de gorduras e açúcares. Mesmo em países pobres, os baixos preços praticados levam a um consumo exagerado destes tipos de produto, o que ocasiona sobrepeso e deficiências nutricionais, assim como as dietas restritivas. (10)

O fato de alimentar-se de maneira errônea se estabelece como um grande desafio. Por todo o território brasileiro, manifestações populares ainda conservam o tradicionalismo e costumes alimentares feitos de forma errada sobre o valor nutritivo, características terapêuticas, informações ou inibições dos alimentos e das suas combinações. (15,16)

Publicidade e propaganda são estratégias de divulgação usadas pelas empresas para incentivar a compra de seus produtos.

No caso da publicidade de alimentos, o jogo de interesses se expressa tanto no poder legislativo (lobby das indústrias de alimentos) quanto no poder executivo (ministérios), e institucionalmente tem as agências reguladoras como interlocutoras ou agentes de fiscalização. (11)

Henriques; Dias; Burlandy mencionaram que as informações sobre a alimentação, divulgadas em todos os meios de comunicação, devem estar em evidência, em virtude de que tais meios de comunicação desempenham um papel relevante na composição de novos hábitos alimentares. (11)

Neste tocante, Marins; Araújo e Jacob analisaram qualitativamente as estratégias mercadológicas de estímulo ao consumo em peças publicitárias encontradas em revistas femininas. (14) Em cada peça os seguintes elementos foram analisados: o emissor (quem fala); o destinatário (para quem fala); a linguagem (como fala) e a mensagem (o que fala). O resultado da análise possibilitou observar que a marca do emissor apresentava, além de telefone e sites para contato, alerta sobre a necessidade de bons hábitos de vida e dieta equilibrada construindo uma imagem do emissor responsável, que cuida da saúde do leitor. (14)

Além disso, o emissor também se coloca como agente com responsabilidade social, incentivando e patrocinando a prática esportiva. Por sua vez, com relação ao destinatário, a maioria das peças era dirigida ao público feminino e todas falam a uma leitora interessada na boa forma com saúde. Quanto à linguagem, observou-se nas peças publicitárias um forte recurso à adjetivação, a intertextos culturais e a metáforas; uso de termos em outro idioma, como marca de sofisticação; expressões de efeito sem base técnica-científica. Do mesmo modo, a mensagem argumentativa dos produtos trazia imagens que expressam felicidade, vitalidade, disposição, saúde física e mental. Ao produto estavam atribuídas características de superioridade, credibilidade, confiança, alta qualidade, inovação e benefício à saúde; imagens de personalidades da mídia conferindo legitimidade ao produto. O prazer, a satisfação e a saúde sendo usados como álibis contra a culpa do consumo, com isso traziam convites para experimentar os outros produtos da linha ou marca. (14)

Algumas peças ainda induziam a substituição de refeições, e outras não traziam sequer informações nutricionais e advertências em relação ao uso do produto. Para os autores, a análise das peças publicitárias mostrou que os recursos de sedução e indução ao consumo, próprias da publicidade moderna, levam a desconsiderar a necessidade de esclarecimento sobre os aspectos nutricionais dos alimentos. Desta forma, alguns direitos são negados ao consumidor: o direito à informação, o direito à saúde, o direito a escolha consciente. (14)

Mistificar ou dar um excessivo valor a certos alimentos em virtude das suas particularidades funcionais e/ou nutricionais não deve fazer parte do processo da promoção de uma alimentação saudável. Aqueles alimentos que são nutricionalmente ricos devem ser valorizados, desta forma passarão a fazer parte da dieta empregada, sem que haja necessidade de se mistificar qualquer particularidade. (17)

3 – REGULAMENTAÇÕES DA PUBLICIDADE E O DIREITO À INFORMAÇÃO

No Brasil, os instrumentos legais que normatizam a propaganda de alimentos datam desde a década de 1960. (11)

O debate sobre ações regulatórias tem no mínimo três atores sociais envolvidos: o Estado, os indivíduos e os setores econômicos ligados ao tema a ser regulado. Esses atores estão situados em um determinado contexto social que, dependendo do sistema de valores vigentes, influenciará as decisões dirigidas à coletividade. (18)

Um argumento contra a regulação mais rigorosa do marketing é que a saúde nutricional é uma escolha de responsabilidade individual. Isso depende das opções disponíveis e acessíveis para a escolha; logo, o Estado é responsável por criar ambientes propícios, cumprindo assim suas obrigações de facilitação dos direitos à alimentação e à saúde. (19)

A ação de monitoramento da publicidade e propaganda de alimentos deve buscar aperfeiçoar o direito à informação de forma clara e precisa, com intuito de proteger o consumidor das práticas potencialmente abusivas e enganosas e promover autonomia individual para uma escolha alimentar saudável. (1)

Quando se constata que o consumidor está sendo confundido com alegações de propriedades funcionais não comprovadas, a tendência é que o órgão regulador discipline e faça cumprir a lei. A população precisa de informações seguras com base em evidências científicas.

3.1 - DIETA E PRODUTOS DETOX: UM RELATO DE ILEGALIDADE OCORRIDO NO BRASIL

A dieta Detox é dita a “dieta da vez” e se baseia na desintoxicação do organismo através da restrição de alguns alimentos por um período de tempo e maior consumo de frutas, verduras, legumes, nozes e sementes. Alimentos como carne, peixe, ovos, laticínios, trigo, álcool, açúcar e cafeínas são proibidos. Sucos contendo apenas vegetais e algumas frutas também são permitidos. Mas, em alguns casos ocorre o jejum, onde se permite apenas o consumo de água. (20)

Muito utilizada após excessos alimentares, ela é também conhecida como depurativa. Esta dieta consiste na privação de contato com

toxinas. A principal finalidade da desintoxicação é a renovação no funcionamento fisiológico do aparelho digestivo, aumentando a vitalidade e a energia de todo o corpo. A eliminação das toxinas acontece diariamente, mas se os hábitos alimentares e de vida forem inadequados, é possível que o corpo comece a acumular resíduos tóxicos. A desintoxicação ocorre principalmente no fígado e no intestino. A eliminação das toxinas se dá através da urina, das fezes, do suor e da respiração, e é influenciada por alguns fatores como a genética, a idade, o uso de medicamentos, estilo de vida e alimentar, dentre outros. (21)

A dieta de desintoxicação nada mais é do que uma alimentação, com princípios, isenta de toxinas, onde apenas são consumidas frutas preferencialmente orgânicas, sucos naturais, vegetais, alimentos naturais não processados, farelos e chás de ervas. Apesar de ser baseada em alimentos saudáveis, essa dieta não deve ser seguida por muito tempo, **muito menos sem orientação nutricional**, pois pode comprometer a saúde por não estar completa, apresentando carências nutricionais como de calorias, algumas vitaminas e minerais necessários a um indivíduo. Uma dieta desintoxicante **não deve ser realizada com o objetivo de perda de peso**. Vale a pena lembrar que qualquer dieta da moda **não propõe uma real reeducação alimentar**. (21)

Com o aumento da busca pela dieta Detox, surgiram preparados comerciais semi-prontos para consumo, o que torna necessário a análise constante destes produtos, como forma de proteger a saúde da população. A constante busca por dietas que levem a rápidas perdas de peso faz com que um número cada vez maior de pessoas recorra a dietas pobres em nutrientes. No entanto, dietas restritivas podem ocasionar deficiências nutricionais, o que pode desencadear diversos problemas de saúde.

As mensagens sobre alimentação veiculadas pelos meios de comunicação merecem destaque, já que a mídia tem exercido papel fundamental na formação de novos hábitos alimentares. (11)

Em 20 de julho de 2015, ANVISA suspende a publicidade de 21 produtos DETOX. A determinação, que consta no Diário Oficial da União ocorreu após a Agência identificar a divulgação irregular de alegações de propriedades funcionais ou de saúde não aprovadas pela Agência. (22)

O conteúdo das propagandas traziam informações com alegações de propriedades funcionais sem comprovação.

Desde 1995 ficou estabelecido, internacionalmente, que os alimentos funcionais devem ser diferenciados das vitaminas, minerais e outros suplementos dietéticos; além disso os alimentos funcionais não devem ser incluídos nas alegações médicas e os seus efeitos funcionais devem ser substanciais e cientificamente comprovados.(5)

De 21 produtos suspensos, 10 apresentaram alegações publicitárias promovendo 'efeito emagrecedor', 'redução de medidas' e 'diminuição e queima gordura sem necessidade de exercícios físicos'. (23) (24) (25) (26) (27) (28) (29) (30) (31) (32)

Das irregularidades, para um único produto estavam atribuídas alegações de propriedades funcionais ou de saúde, tais como: 'queima gordura sem necessidade de exercícios físicos'; 'controla as atividades da LPL', 'enzima responsável pelo aumento das células de gordura'; 'reduz o colesterol ruim no corpo', 'potencializando o sistema imunológico'; 'controla o apetite e combate a fome noturna', 'com propriedades antioxidantes, combate a celulite e o envelhecimento da pele' (23). Outro produto dizia ser indicado para ajudar no fortalecimento do músculo, no firmamento da pele, ação diurética, termogênica, estimulante, anti gordura, de saciedade e estética. (25)

Dois dos produtos diziam que em suas propriedades estavam 'a maneira mais prática e rápida de eliminar as toxinas ingeridas'(31) (32) ; outros dois prometiam combater os sintomas da menopausa e TPM. (33) (34)

Em 07 produtos foram identificadas indicações de ação antioxidante, combate a celulite e ao envelhecimento da pele (23) (24) (28) (29) (34) (35) (36) (37) e 05 produtos mencionavam ação na redução de riscos de doenças (como câncer e doenças cardiovasculares). (27) (33) (34) (35) (37)

Entre as mais diversas mensagens publicitárias estavam anúncios para melhorar o funcionamento do intestino, ativar o sistema imunológico e aumentar a hidratação do corpo (25) (31), ajudar a equilibrar e acelerar o metabolismo (26) (27) (28) (38) e possuir efeito DETOX eliminando de substâncias inflamatórias. (24) (29) (38)

Outros dizeres encontrados nos produtos relatavam ajudar na desintoxicação do fígado (39), na limpeza e restauração do organismo (39) (24), na prevenção de gripes e resfriados (30), na melhoria do funcionamento e comunicação das células (38) e rejuvenescer e estimular a produção de colágeno deixando a pele mais firme, fortalecendo também cabelos e unhas". (40)

Das irregularidades estavam indicações de propriedades sem nenhuma indicação científica que relatavam 'promover concentrações saudáveis de lipídios no sangue' (27) 'incentivar a mobilização de ácidos graxos para oxidação' (27) e 'ação laxante, diurética e depurativa por conter potássio, fósforo e cálcio" (33) e poderes de trazer sensação de bem-estar e maior disposição para atividades físicas. (41)

Além das irregularidades já mencionadas outras estavam associadas a propriedades afrodisíacas capazes de aumentar a libido e o desejo sexual (34) e aumentar da fertilidade masculina aumentando o desempenho sexual dos pacientes e a qualidade dos espermatozoides. (30)

Neste tocante, o pensar sobre a publicidade de produtos relacionados à saúde se faz necessário inferir uma relação direta desses elementos analisados à luz de parâmetros éticos que levem em conta o direito à informação e à saúde. Neste sentido, adquire relevância a pesquisa e a discussão sobre a propaganda destes produtos, para adoção de medidas cautelares, assim como fez a ANVISA. (14)

Todos os produtos interditados cautelarmente tiveram a sua comercialização proibida por contrariar o que é previsto nos artigos 21, 22, 23 e 56 do Decreto-Lei nº 986, de 21 de outubro de 1969, considerando o art. 7º, XXVI, da Lei nº 9.782, de 26 de janeiro de 1999. (3)

Medidas como esta adotada pela ANVISA mostram apenas a seriedade com que este órgão fiscalizador dá aos gêneros alimentícios que não estão de acordo com a legislação sanitária do Brasil.

Diante disso, todos os produtos mencionados foram recolhidos do mercado até que as empresas realizem as adequações necessárias para que os mesmos possam ser comercializados.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A execução deste estudo colaborou para o entendimento das informações sobre alimentação saudável, que permitiu concluir que a prática de alimentar-se de forma saudável é fundamental para ter uma boa qualidade de vida. O que vemos é que, muitas vezes, a população tem confundido e substituído uma boa alimentação na tentativa de suprir com as dietas da moda.

Verificou-se uma nova tendência chamada de dieta Detox que está sendo muito utilizada pela população, porém indevidamente. A expressão “Detox” recebe este nome por trazer consigo um apelo de ser uma dieta para desintoxicar o organismo, o que não tem comprovação científica, apesar de estar baseada em alimentos saudáveis, frescos e naturais. A situação se agrava nos preparados comerciais, chamados de produtos Detox, que são de rápido preparo e práticos para o consumo, adequando a falta de tempo das pessoas no dia-a-dia, que acabam trocando uma boa alimentação por estes preparados que supostamente fariam a substituição de alimentos que ajudariam nessa desintoxicação. Frente à grande oportunidade, as empresas que fabricam os produtos da linha Detox aproveitam para lançar propagandas que influenciam enganosamente a população a respeito destes produtos nos hábitos alimentares e na busca por mais saúde, porém o que as propagandas vêm prometendo nem sempre é o que realmente o produto pode oferecer e, com isso, na maioria das vezes, as pessoas estão sendo enganadas.

Percebe-se que a regularização das propagandas pode colaborar para reduzir os estímulos que fomentam o consumo por alimentos mais saudáveis, tanto na televisão quanto na internet. Por outro lado, se faz necessário auxiliar e propiciar informações propagando alimentos saudáveis em todos os meios de comunicação para ajudar na prática de uma vida mais saudável.

Em suma, podemos concluir que as leis sanitárias tem como objetivo determinar padrões higiênico-sanitários e que, a ANVISA além de regulamentar e fiscalizar, exigiu que rótulos e propagandas tragam somente informações verídicas. Com seu trabalho, a agência mostrou-se interessada em resguardar a população, cumprindo seu papel de estado para salvaguarda da saúde da população.

ABSTRACT

INFLUENCE OF MEDIA ABOUT HEALTHY EATING: report of irregularities in advertising Detox products in Brazil

The alimentation is the form the human organisms capture the nutrients for to maintain their basic functions, since nutrition is understood as a biological process where organisms make use of the food, to raise the nutrients for maintenance and finally functional foods are those which when consumed, in addition to providing the basic functions also produce beneficial effects on the health of those who ingest finally. The power of a person goes through many changes until it reaches adulthood, these transformations that can be influenced by media publicity, it is important how to conduct the information to the population. This study aimed at evidencing the influences of publicity food products from the perspective of promoting health. Factors such as diet, nutrition and functional foods are now living side by side. The information reported by the mass media should pay special attention, since studies report that such media have an important role in creating new habits of eating. In Brazil the new wave of Detox products had problems with regulatory agencies such as ANVISA, the agency suspended the sale and advertising (publicity) of many products because of them bring on their labels certain functional or health qualities that did not fit with reality. From this research it concluded the media has a great influence on people, so they choose certain products and change their lifestyle. However, we can not underestimate the media nor even its power to influence the daily life of thousands of people, and ignore the relevance of this case is used more ethical and conscientious way.

Keywords: Diet. Detox. Alimentation. Functional foods. Media.

REFERÊNCIAS

- 1- BRASIL. Ministério da Saúde. Secretaria de Atenção à Saúde. Departamento de Atenção Básica. Política Nacional de Alimentação e Nutrição - **Ministério da Saúde, Secretaria de Atenção à Saúde. Departamento de Atenção Básica**. v. 1, ed., 1., 84 p., Brasília, 2013. (acesso em 27/10/2015).
- 2- PROENÇA RPC. **Desafios atuais na alimentação humana**. 2002. Disponível em:<http://www.desenvolvimento.gov.br/arquivo/secex/sti/indbrasopodesafios/nexcietecnologia/Proenca.pdf>. Acesso em 25 set 2015.
- 3- BRASIL. Decreto-lei n. 986, de 21 de outubro de 1969. Institui normas básicas de alimentos. **Diário Oficial da União**, Brasília, 21 de outubro de 1969. (acesso em 27/10/2015).
- 4- LARROUSSE. **Dicionário da Língua Portuguesa**. Rio de Janeiro: Nova Cultural, 1992.
- 5- ARABBI; P.R. Alimentos funcionais: aspectos gerais. **Nutrire: rev. Soc. Bras. Alim. Nutr.- J. Brazilian Soc. Food Nutr.**, São Paulo, v.21, p. 87-102, jun., 2001. (acesso em 24/10/2015).
- 6- SOUTO, S.; FERRO-BUCHER, J. S. N. Práticas indiscriminadas de dietas de emagrecimento e o desenvolvimento de transtornos alimentares. **Rev. Nutr.**, Campinas, v. 19, n. 6, p. 693-704, 2006. (acesso em 10/10/2015).
- 7- ANGELIS, R. C. Novos conceitos em nutrição: reflexões a respeito do elo dieta e saúde. **Arq. Gastroenterol.**, São Paulo, v. 38, n. 4, p. 269-271, 2001 . (acesso em 15/10/2015).
- 8- OLIVEIRA, M. N. de et al. Aspectos tecnológicos de alimentos funcionais contendo probióticos. **Rev. Bras. Cienc. Farm.**, São Paulo, v. 38, n. 1, p. 1-21, Mar. 2002. (acesso em 02/10/2015).
- 9- VILLAGELIM; A. S. B. et al. A vida não pode ser feita só de sonhos: reflexões sobre publicidade e alimentação saudável. **Ciênc. saúde coletiva**, Rio de Janeiro, v. 17, n. 3, p. 681-686, Mar. 2012. (acesso em 16/10/2015).

10- VIANA, V. Psicologia, saúde e nutrição: contributo para o estudo do comportamento alimentar. **Aná. Psicológica**, Lisboa, v. 20, n. 4, nov. 2002. (acesso em 23/09/2014).

11- HENRIQUES, P.; DIAS, P. C.; BURLANDY, L. A regulamentação da propaganda de alimentos no Brasil: convergências e conflitos de interesses. **Cad. Saúde Pública**, Rio de Janeiro, v. 30, n. 6, p. 1219-1228, June, 2014. (acesso em 28/10/2015).

12- STRINGHETA, P. C. et al. Políticas de saúde e alegações de propriedades funcionais e de saúde para alimentos no Brasil. **Rev. Bras. Cienc. Farm.**, São Paulo, v. 43, n. 2, p. 181-194, June 2007. (acesso em 09/10/2015).

13- MORAES; F.P., COLLA; L. M. Alimentos funcionais e nutracêuticos: definições, legislação e benefícios à saúde. **Revista Eletrônica de Farmácia**, v. 3, nº 2, p. 109-122, 2006. (acesso em 13/10/2015).

14- MARINS, B. R.; ARAUJO, I. S.; JACOB, S. C. A propaganda de alimentos: orientação, ou apenas estímulo ao consumo?. **Ciênc. saúde coletiva**, Rio de Janeiro, v. 16, n. 9, p. 3873-3882, Sept. 2011. (acesso em 11/10/2015).

15- BRASIL, Portaria nº 386, de 26 de setembro de 2005. Diário Oficial da República Federativa do Brasil. Brasília, 27 set. 2005b. Disponível em: <http://e-legis.bvs.br/leisref/public/showAct.php?mode=PRINT_VERSION&id=18884>. Acesso em: 28 out. 2015.

16- BRASIL. Ministério da Saúde. Portaria nº 710, de 10 de junho de 1999. **Diário Oficial da União**. Brasília, 1999; 29 p (acesso em 09/11/2015).

17- LIMA; F. C. C. **Comunicação na promoção da alimentação saudável via rótulos: uma análise dos discursos**. 2014. 227 f. Dissertação (Mestrado em Ciências) – Faculdade de Saúde Pública, São Paulo, 2014 (acesso em 02/11/2015).

18- GOMES; F. S, CASTRO; I. R. R, MONTEIRO; C. A. Publicidade de alimentos no Brasil: avanços e desafios. **Ciênc Cult**, (São Paulo) v. 62, n 4, p. 48-51, 2010. (acesso em 10/11/2015).

19- Engesveen, Kaia. Proteção das crianças contra o marketing agressivo de alimentos e bebidas prejudiciais à saúde: O potencial de uma abordagem

baseada nos direitos humanos. Noruega, 2005. Disponível em: <<http://www.abrandh.org.br/artigos/kaiamarketing.pdf>>. (acesso em 05/11/2015).

20- ADAMS; M. VNA of Care New England. [homepage na Internet]. **Dietas Desacreditadas de Desintoxicación**. [Acesso em 25 out 2015]. Disponível em:

<http://www.vnacarenewengland.org/encyclopedia/details.cfm?chunkid=100544&lang=Spanish&db=hls>

21- MENDES,D.; disponível em: <http://www.anutricionista.com/dieta-desintoxicante-serve-para-perder-peso.html>; Acesso em 26 de setembro de 2014

22- ANVISA. Agência Nacional de Vigilância Sanitária [homepage na Internet]. **Produtos e empresas irregulares – propagandas irregulares - 2015** [Acesso em 10 out 2015]. Disponível em:

<http://portal.anvisa.gov.br/wps/content/Anvisa+Portal/Anvisa/Pos+-+ComercializacaoPosUso/Fiscalizacao/Produtos+e+Empresas+Irregulares/Publicidade+Irregular+de+Alimentos>.

23- ANVISA. Agência Nacional de Vigilância Sanitária/ Resolução-RE No - 2.263, DE 10 DE AGOSTO DE 2015/ D.O.U. nº 153, de 12 de agosto de 2015 <http://pesquisa.in.gov.br/imprensa/jsp/visualiza/index.jsp?jornal=1&pagina=24&data=12/08/2015> (acesso em 23/10/2015).

24- ANVISA. Agência Nacional de Vigilância Sanitária/ Resolução-RE No - 2.082, DE 17 DE JULHO DE 2015/ D.O.U. nº 136, de 20 de julho de 2015 <http://pesquisa.in.gov.br/imprensa/jsp/visualiza/index.jsp?data=20/07/2015&jornal=1&pagina=66&totalArquivos=160> (acesso em 23/10/2015).

25- ANVISA. Agência Nacional de Vigilância Sanitária/ Resolução--RE Nº 2.079, DE 17 DE JULHO DE 2015/ D.O.U. nº 136, de 20 de julho de 2015 <http://pesquisa.in.gov.br/imprensa/jsp/visualiza/index.jsp?data=20/07/2015&jornal=1&pagina=66&totalArquivos=160> (acesso em 23/10/2015).

26- ANVISA. Agência Nacional de Vigilância Sanitária/ Resolução-RE No - 1.899, DE 3 DE JULHO DE 2015/ D.O.U. nº 126, de 6 de julho de 2015 <http://pesquisa.in.gov.br/imprensa/jsp/visualiza/index.jsp?data=06/07/2015&jornal=1&pagina=55&totalArquivos=92> (acesso em 23/10/2015).

27- ANVISA. Agência Nacional de Vigilância Sanitária/ Resolução-RE No - 2.084, DE 17 DE JULHO DE 2015/ D.O.U. nº 136, de 20 de julho de 2015

<http://pesquisa.in.gov.br/imprensa/jsp/visualiza/index.jsp?data=20/07/2015&jornal=1&pagina=67&totalArquivos=160> (acesso em 23/10/2015).

28- ANVISA. Agência Nacional de Vigilância Sanitária/ Resolução-RE No - 892, DE 23 DE MARÇO DE 2015/ D.O.U. nº 56, de 24 de março de 2015 <http://pesquisa.in.gov.br/imprensa/jsp/visualiza/index.jsp?jornal=1&pagina=36&data=24/03/2015> (acesso em 23/10/2015).

29- ANVISA. Agência Nacional de Vigilância Sanitária/ Resolução-RE N° 4.994, DE 31 DE DEZEMBRO DE 2014/ D.O.U. nº 1, de 2 de janeiro de 2015 <http://pesquisa.in.gov.br/imprensa/jsp/visualiza/index.jsp?data=02/01/2015&jornal=1&pagina=87&totalArquivos=128> (acesso em 23/10/2015).

30- ANVISA. Agência Nacional de Vigilância Sanitária/ Resolução-RE N° 4.987, DE 31 DE DEZEMBRO DE 2014/ D.O.U. nº 1, de 2 de janeiro de 2015 <http://pesquisa.in.gov.br/imprensa/jsp/visualiza/index.jsp?data=02/01/2015&jornal=1&pagina=86&totalArquivos=128> (acesso em 23/10/2015).

31- ANVISA. Agência Nacional de Vigilância Sanitária/ Resolução-RE No - 2.168, DE 31 DE JULHO DE 2015/ D.O.U. nº 146, de 03 de agosto de 2015 <http://pesquisa.in.gov.br/imprensa/jsp/visualiza/index.jsp?jornal=1&pagina=132&data=03/08/2015> (acesso em 23/10/2015).

32- ANVISA. Agência Nacional de Vigilância Sanitária/ Resolução-RE No - 2.083, DE 17 DE JULHO DE 2015/ D.O.U. nº 136, de 20 de julho de 2015 <http://pesquisa.in.gov.br/imprensa/jsp/visualiza/index.jsp?data=20/07/2015&jornal=1&pagina=67&totalArquivos=160> (acesso em 23/10/2015).

33- ANVISA. Agência Nacional de Vigilância Sanitária/ Resolução- RE N° 4.996, DE 31 DE DEZEMBRO DE 2014/ D.O.U. nº 1, de 2 de janeiro de 2015 <http://pesquisa.in.gov.br/imprensa/jsp/visualiza/index.jsp?data=02/01/2015&jornal=1&pagina=87&totalArquivos=128> (acesso em 23/10/2015).

34- ANVISA. Agência Nacional de Vigilância Sanitária/ Resolução-RE N° 4.998, DE 31 DE DEZEMBRO DE 2014/ D.O.U. nº 1, de 2 de janeiro de 2015 <http://pesquisa.in.gov.br/imprensa/jsp/visualiza/index.jsp?data=02/01/2015&jornal=1&pagina=88&totalArquivos=128> (acesso em 23/10/2015).

35- ANVISA. Agência Nacional de Vigilância Sanitária/ Resolução -RE N° 4.988, DE 31 DE DEZEMBRO DE 2014/ D.O.U. nº 1, de 2 de janeiro de 2015 <http://pesquisa.in.gov.br/imprensa/jsp/visualiza/index.jsp?data=02/01/2015&jornal=1&pagina=86&totalArquivos=128> (acesso em 23/10/2015).

36- ANVISA. Agência Nacional de Vigilância Sanitária/ Resolução-RE N° 4.989, DE 31 DE DEZEMBRO DE 2014/ D.O.U. nº 1, de 2 de janeiro de 2015 <http://pesquisa.in.gov.br/imprensa/jsp/visualiza/index.jsp?data=02/01/2015&jornal=1&pagina=86&totalArquivos=128> (acesso em 23/10/2015).

37- ANVISA. Agência Nacional de Vigilância Sanitária/ Resolução-RE N° 4.991, DE 31 DE DEZEMBRO DE 2014/ D.O.U. nº 1, de 2 de janeiro de 2015 <http://pesquisa.in.gov.br/imprensa/jsp/visualiza/index.jsp?data=02/01/2015&jornal=1&pagina=87&totalArquivos=128> (acesso em 23/10/2015).

38- ANVISA. Agência Nacional de Vigilância Sanitária/ Resolução-RE No - 2.085, DE 17 DE JULHO DE 2015/ D.O.U. nº 136, de 20 de julho de 2015 <http://pesquisa.in.gov.br/imprensa/jsp/visualiza/index.jsp?data=20/07/2015&jornal=1&pagina=67&totalArquivos=160> (acesso em 23/10/2015).

39- ANVISA. Agência Nacional de Vigilância Sanitária/ Resolução-RE N° 2.081, DE 17 DE JULHO DE 2015/ D.O.U. nº 136, de 20 de julho de 2015 <http://pesquisa.in.gov.br/imprensa/jsp/visualiza/index.jsp?data=20/07/2015&jornal=1&pagina=66&totalArquivos=160> (acesso em 23/10/2015).

40- ANVISA. Agência Nacional de Vigilância Sanitária/ Resolução- RE N° 640, DE 27 DE FEVEREIRO DE 2015/ D.O.U. nº 40, de 2 de março de 2015 <http://pesquisa.in.gov.br/imprensa/jsp/visualiza/index.jsp?jornal=1&pagina=39&data=02/03/2015> (acesso em 23/10/2015).

41- ANVISA. Agência Nacional de Vigilância Sanitária/ Resolução-RE N° 4.992, DE 31 DE DEZEMBRO DE 2014/ D.O.U. nº 1, de 2 de janeiro de 2015 <http://pesquisa.in.gov.br/imprensa/jsp/visualiza/index.jsp?data=02/01/2015&jornal=1&pagina=87&totalArquivos=128> (acesso em 23/10/2015).

42- ANVISA. Agência Nacional de Vigilância Sanitária/ Resolução-RE N° 2.080, DE 17 DE JULHO DE 2015/ D.O.U. nº 136, de 20 de julho de 2015 <http://pesquisa.in.gov.br/imprensa/jsp/visualiza/index.jsp?data=20/07/2015&jornal=1&pagina=66&totalArquivos=160> (acesso em 23/10/2015).