

Publicado originalmente por [idec](#)

Especialistas acreditam que este tipo de comunicação tem incentivado o consumo de alimentos pouco saudáveis, causando aumento de obesidade e outras doenças crônicas não transmissíveis. No Brasil, a legislação ainda carece de tratamento detalhado em relação ao tema.

Em 12 de novembro, o Idec (Instituto Brasileiro de Defesa do Consumidor) lança a publicação [“Publicidade de alimentos não saudáveis: os entraves e as perspectivas de regulação no Brasil”](#)

, que representa a segunda publicação da Cadernos Idec - Série Alimentos. Esta publicação faz parte de um projeto cujo objetivo é avaliar a eficácia de políticas públicas e da regulação de alimentos no Brasil, incluindo as abordagens compulsórias e voluntárias sobre a rotulagem, a publicidade e a reformulação de produtos alimentícios, a fim de prevenir e controlar as doenças crônicas não transmissíveis (DCNT) relacionadas à alimentação não saudável.

Atualmente, no mundo todo, este tem sido um tema bastante discutido por pesquisadores, médicos, especialistas e sociedade, pois a indústria do fast-food e dos produtos alimentícios ultraprocessados utiliza largamente das mais diversas formas de comunicação mercadológica para encorajar o consumo de seus produtos. Devido ao aumento expressivo da obesidade e de outras DCNTs, muitos especialistas têm sugerido que a propaganda e a publicidade desses alimentos contribuem para que as pessoas tenham cada vez mais dificuldade para escolher alimentos saudáveis, em especial as crianças.

Diante deste cenário, a Organização Mundial de Saúde, a Organização Pan-Americana de Saúde e diversas organizações de defesa do consumidor e da saúde, como a Consumers International e a Federação Mundial de Obesidade, têm recomendado que os governos adotem regulação específica para o marketing de alimentos não saudáveis. No Brasil, a legislação ainda carece de tratamento detalhado em relação ao tema.

A publicação está dividida em duas partes: a Parte I trata de um estudo sobre o processo decisório para a regulação da publicidade de alimentos não saudáveis desencadeado pela Agência Nacional de Vigilância Sanitária (Anvisa), que culminou com a publicação da Resolução da Diretoria Colegiada (RDC) no 24 em 2010; a Parte II apresenta um estudo sobre

as propostas legislativas para regulação do marketing de alimentos não saudáveis, ou seja, com quantidades elevadas de açúcar, gordura saturada, gordura trans, sódio, e bebidas de baixo teor de nutrientes.

A publicação está disponível para download gratuitamente [AQUI](#) , em português e inglês.

A publicação foi lançada durante o Seminário Internacional sobre “Alimentação na prevenção de doenças crônicas”, organizado pelo Idec, também realizado em 12 de novembro.