

De olho na publicidade!

Todos sabemos do impacto que a publicidade tem sobre nós, embora intimamente julguemos que estamos imunes, e que só os outros se deixam “levar” por ela.

Mas, em boa verdade, as técnicas publicitárias têm como objectivo levar-nos a comprar determinado produto, mesmo quando este não nos faz falta. No fundo, mesmo sabendo que não precisamos dele, faz-nos acreditar que sempre nos dá jeito...

No que respeita a géneros alimentares, logo, à nossa saúde, o que encontramos são consumidores cada vez mais baralhados com todas as mensagens publicitárias que, invariavelmente, os vinculam a alimentos funcionais ou terapêuticos. São os pró-bióticos, os pré-bióticos, iogurtes e manteiga para baixar o colesterol, para reduzir a hipertensão, pão sem colesterol (passe-se), milagrosos produtos à base de soja ou aloe vera, produtos light, produtos magros, bolachas ou cereais com fibras que fazem emagrecer, água com sabores, chocolates light, compotas para diabéticos que supostamente não engordam, etc, etc..

E mesmo quando incrédulas relativamente às mensagens que a publicidade lhes impinge, as pessoas compram todos estes prodigiosos produtos como a cura para os seus males e a redenção para os seus “pecados” alimentares. Mas afinal onde está, afinal, a verdade?

Não é fácil estabelecer este limite, uma vez que parte dessas mensagens se mistura com crenças e mitos populares dando origem a uma enorme confusão quando toca à escolha e consumo destes produtos. E cada vez o “assédio” é maior, aproveitando a actual onda de obesidade nos países “ditos” desenvolvidos. Por um lado temos o marketing dos produtos que mesmo engordando muito nada dizem quanto a isso, e por outro o dos que supostamente emagrecem, esses sim apregoados com base nesse pressuposto.

Qual é a diferença entre manteiga magra e manteiga normal? Se a manteiga se faz a partir da gordura do leite logo se compreende como é difícil obter um produto magro. O que significa é que em 100g de manteiga, 50g poderão ser água. Mas na prática, como é uma manteiga com menos sabor e com menos calorias por 100g, dá-nos “direito” a pôr um pouco mais. Se ela tem menos 50% de calorias, e pusermos o dobro da original, estamos a comer exactamente o mesmo.

O que estamos a comprar quando compramos um pão sem colesterol? Estamos a comprar um pão como ele deve ser porque o pão, originalmente, não contém colesterol. Porque se pode dizer que um pão não tem colesterol, que é uma verdade de *La Palisse*, e não se é obrigado a dizer quando este o contém? Só os pães que levem leite, manteiga ou margarinas terão colesterol, mas esses não são o pão tradicional e deveriam dizer, obrigatoriamente, pão com colesterol!

Quando compramos uma água com sabor, não estamos a comprar água porque uma das características da água é ser insípida e uma outra é não ter calorias. Ora estas “águas”, embora

poucas, contêm calorias. No entanto, como se vendem como água, levem a crer que não.

Os iogurtes e manteigas para a hipercolesterolemia, têm fundamento científico só que são tão levados a sério, que muitas vezes se confundem com medicamentos infalíveis para baixar o colesterol, levando a que não haja mudanças nem na alimentação nem no estilo de vida, que são os principais responsáveis pelo seu aumento no sangue.

Cereais e bolachas com fibras fazem emagrecer? Porquê? Não há nenhum alimento que o faça! As fibras poderão dar maior sensação de saciedade, mas muitas vezes os produtos ricos em fibras são-no também em açúcar e gordura. Basta olhar para os rótulos dos cereais “para emagrecer”, compará-los com outros açucarados e verificar que a diferença de calorias é habitualmente muito pequena. E as bolachinhas cheias de fibras (boas para perder peso...) que nos deixam os dedos untados com gordura? Além de que a ingestão excessiva de fibras, em vez de resolver a obstipação poderá muito bem agravá-la...

Seria muito útil que, quando o teor de fibras de um alimento é elevado, o produto trouxesse a informação de que quando se aumenta o consumo deste nutriente é obrigatório aumentar a ingestão de água, sob pena de a obstipação e os problemas intestinais serem inevitavelmente agravados...

Resumindo, cada pessoa deverá procurar informar-se do significado de cada rótulo e tornar-se mais exigente e interventivo junto das empresas do sector agro-alimentar - a Net é um excelente meio para o conseguir - no sentido de tornar mais clara a informação que, quando correcta e isenta, poderá contribuir para a formação e esclarecimento de muitos consumidores. Seria juntar o útil ao agradável!

