

# **SERVIÇOS DE PUBLICIDADE PARA A CAMPANHA NACIONAL DE ALIMENTAÇÃO SAUDÁVEL**

## **PROJETO BÁSICO**

### **Anexo A**

#### ***BRIEFING***

#### **CFN – Campanha Nacional sobre Alimentação Saudável**

O Conselho Federal de Nutricionistas (CFN) foi criado pela Lei nº 6.583, de 20 de outubro de 1978, e regulamentado pelo Decreto nº 84.444, de 30 de janeiro de 1980. É uma autarquia sem fins lucrativos, de interesse público, com poder delegado pela União para normatizar, orientar, disciplinar e fiscalizar o exercício e as atividades da profissão de nutricionista em todo o território nacional. É um órgão central do Sistema CFN/Conselhos Regionais de Nutricionistas (CRN). O CFN conta hoje com oito CRN, com sede em Brasília, Porto Alegre, São Paulo, Rio de Janeiro, Salvador, Recife, Belém e Curitiba.

#### **Missão do CFN**

Contribuir para a saúde da população, assegurando assistência nutricional e alimentar, por meio do exercício ético de profissionais habilitados e capacitados, como direitos sociais fundamentais de todos os cidadãos.

#### **Visão Estratégica**

O CFN pretende ser reconhecido como referência na área de Nutrição, principalmente no que se refere à defesa do papel do nutricionista como profissional de saúde, responsável pela alimentação adequada da população.

#### **Metas**

O CFN possui como meta transversal de todos os projetos do Planejamento Estratégico e Situacional (2006-2007) a valorização das habilidades do nutricionista junto a população em geral. Para tanto, o problema de comunicação atual é desmistificar que o CFN é um órgão com caráter apenas regulador e que funciona como “braço” do Estado cerceando a atuação profissional.

A inserção social do CFN ainda precisa ser percebida pelo nutricionista e pela população. O Conselho atua em diversas políticas públicas defendendo o papel do nutricionista como profissional de saúde e como provedor da saúde dos cidadãos.

#### **Problema de Comunicação**

Precisamos informar à população que o nutricionista é o único profissional realmente habilitado a esclarecer dúvidas sobre a alimentação saudável e que esta é fundamental para o bem-estar dos indivíduos e conseqüentemente, para garantir a saúde.

#### **Descrição da ação de comunicação**

## **Conceito principal:**

A alimentação saudável promove a saúde dos cidadãos. O nutricionista é o único profissional habilitado para definir, planejar, organizar, supervisionar e avaliar as atividades de assistência nutricional, bem como prescrever complementos nutricionais, quando necessário, e estabelecer dietas e educação nutricional.

### **– Objetivo Geral**

» Despertar a população brasileira para um processo de reeducação alimentar e aquisição de hábitos saudáveis; informar a respeito do valor nutricional dos alimentos e estimular o seu consumo; promover a assimilação destes conceitos dentro do universo familiar. Tirar da mente das pessoas que existem alimentos “vilões”, ou que fazem mal. Criar um ambiente favorável para que as pessoas possam ter vidas saudáveis a partir da adoção da alimentação saudável e, para isso, entendam que é preciso consultar um nutricionista.

### **– Objetivos Específicos**

- » Difundir o conceito da alimentação saudável e qualidade de vida.
- » Divulgar as informações relativas da campanha por meio de ações publicitárias, que levarão, de forma rápida e direta, a informação até o consumidor.
- » Estimular a adesão do público alvo, com mensagens curtas de fácil assimilação.

### **- Objetivos de Comunicação**

- » Mostrar os benefícios da alimentação saudável para a saúde.
- » Dar visibilidade ao papel do nutricionista neste processo.
- » Dar visibilidade à preocupação social do CFN quanto à saúde da população e que, por isso, defende a alimentação saudável.

### **Público-alvo**

- » nutricionistas e população em geral.

### **Área de atuação do CFN**

- » Todo o Brasil.
- » Número de nutricionista e técnicos inscritos em todo o País, até o segundo trimestre de 2006 – **44.723**.
- » Verba disponível: R\$ 600.000,00 (seiscentos mil reais)

### **Principais Ações e Produtos:**

- » **Campanha Publicitária**

- Plano de mídia abrangendo a utilização de veículos de massa e segmentados, de acordo com o público alvo a serem atingidos.
- Criação de peças direcionadas a cada um dos públicos de interesse do CFN.
  - Datas a serem priorizadas pela campanha publicitária: **27 a 30 de março** – Semana Nacional de Saúde e Nutrição; **7 de abril** – Dia Mundial da Saúde; **26 de abril** – Dia Nacional de Prevenção e Combate à Hipertensão Arterial; **31 de maio** – Aprovação, pela Organização Mundial da Saúde, da Estratégia Global para Alimentação Saudável, Atividade Física e Saúde; **27 de junho** – Dia Mundial do Diabético; **31 de agosto – Dia do Nutricionista (data principal)**; **29 de setembro** – Dia Mundial do Coração; **16 de outubro** – Dia Mundial da Alimentação; **27 de outubro** – Dia Mundial contra a Obesidade; **14 de novembro** – Dia Nacional de Controle e prevenção ao Diabetes e **27 de novembro** – Dia Nacional de Combate ao Câncer.
  - É preciso considerar o Dia do Nutricionista – 31 de agosto, a data mais relevante neste processo.

### **Conceito de Alimentação Saudável**

A alimentação saudável é essencial para o homem desde o nascimento. É da alimentação que ele retira os nutrientes necessários ao funcionamento do organismo, ou seja, à vida. Atualmente, o ritmo agitado imposto pelo mercado de trabalho, a vida diária e a mídia em geral, contribuem para o incentivo ao consumo de alimentos congelados, pré-cozidos, *drive-thru*, *fast-food*, *delivery* e *self-service* traduzindo a importação do novo estilo alimentar da população.

Dados da Organização Mundial de Saúde (OMS) revelam que os maus hábitos alimentares são as principais causas de doenças crônicas como as cardiopatias, o diabetes, a obesidade e o câncer. Assim, o Conselho Federal de Nutricionistas (CFN) pretende desenvolver, no período de novembro/2006 a novembro/2007, uma campanha nacional de esclarecimento e conscientização sobre a importância da alimentação saudável, com ênfase na diferença entre comer e nutrir. Afinal, quando ingerimos alimentos de baixa qualidade estamos apenas nos alimentando. Nutrir significa gerenciar a qualidade, a diversificação, a combinação e a quantidade dos alimentos.

Conforme uma abordagem ampliada do Ministério da Saúde, a alimentação não se delinea enquanto uma “receita” pré-concebida e universal para todos, pois deve respeitar alguns atributos coletivos e individuais impossíveis de serem quantificados de maneira prescritiva. Contudo, identifica-se alguns princípios básicos que devem reger esta relação entre as práticas alimentares e a promoção da saúde e a prevenção de doenças.

Uma alimentação saudável deve ser baseada em práticas alimentares assumindo a significação social e cultural dos alimentos como fundamento básico conceitual. A alimentação se dá em função do consumo de alimentos (e não de nutrientes). Os alimentos têm gosto, cor, forma, aroma e textura e todos estes componentes precisam ser considerados na abordagem nutricional. Os nutrientes são importantes; contudo, os alimentos não podem ser resumidos a veículos destes.

Os alimentos trazem significações culturais, comportamentais e afetivas singulares que jamais podem ser desprezadas. O alimento como fonte de prazer também é uma abordagem necessária para a promoção da saúde.

A redução no consumo de produtos hortifrutícolas in natura e o conseqüente aumento na ingestão de ovos, laticínios, carboidratos refinados, gorduras saturadas e sal podem desencadear fatores de risco para a presença de doença crônicas não transmissíveis, como obesidade, diabetes, cardiopatias, dentre outras patologias associadas.

Dados do IBGE revelam que a desnutrição infantil diminuiu nos últimos 30 anos no Brasil, principalmente entre os menores de cinco anos e nas populações de baixa renda do Norte e Nordeste. Entre 1974 e 1975, 16,6% das crianças brasileiras menores de cinco anos eram desnutridas. Entre 2002 e 2003, esse índice caiu para 4%. Por outro lado, a mesma pesquisa apontou o crescimento da obesidade entre crianças nascidas em família com maiores rendas: 28,2% estão com excesso de peso.

No entanto, as informações sobre alimentação são sempre reducionistas, principalmente se o foco for perda de peso. No Brasil, a maioria das reportagens é superficial e, em alguns casos, leviana e exagerada, apesar do tema ter ganhado espaço na última década, inclusive, com publicações especializadas em dietas, tema que sempre gera enorme interesse. Nos últimos cinco anos, o assunto dieta foi capa de 16 edições das três maiores revistas semanais brasileiras.

O agravante sobre dieta é que sempre é divulgada como “fórmula mágica” e pode ser adotada pelo público em geral, desprezando-se as características de cada indivíduo. E é exatamente isso que pretendemos combater revelando para a população que a adoção de hábitos alimentares saudáveis de modo contínuo é a base para a saúde.

### **As principais características de uma alimentação saudável devem ser:**

- 1- **Respeito e valorização das práticas alimentares culturalmente identificadas.** O alimento tem significações culturais diversas que precisam ser estimuladas. A soberania alimentar deve ser fortalecida por meio deste resgate.
- 2- **A garantia de acesso, sabor e custo acessível.** Ao contrário do que tem sido construído socialmente (principalmente pela mídia), uma alimentação saudável não é cara, pois se baseia em alimentos in natura e produzidos regionalmente. A ausência de sabor é outro tabu a ser desmistificado, pois uma alimentação saudável é, e precisa pragmaticamente ser saborosa. As práticas de marketing muitas vezes vinculam a alimentação saudável ao consumo de alimentos industrializados especiais e não privilegiam os alimentos não processados e menos refinados como por exemplo, a mandioca, que é um alimento saboroso, muito nutritivo, típico e de fácil produção em várias regiões brasileiras e tradicionalmente saudável.
- 3- **Variada.** Fomentar o consumo de vários tipos de alimentos que forneçam os diferentes nutrientes necessários para o organismo, evitando a monotonia alimentar que limita o acesso de todos os nutrientes necessários a uma alimentação adequada.
- 4- **Colorida.** Como forma de garantir a variedade, principalmente em termos de vitaminas e minerais, e também a apresentação atrativa das refeições,

destacando o fomento ao aumento do consumo de alimentos saudáveis como legumes, verduras e frutas e tubérculos em geral.

- 5- **Harmoniosa.** Em termos de quantidade e qualidade dos alimentos consumidos para o alcance de uma nutrição adequada, considerando os aspectos culturais, afetivos e comportamentais.
- 6- **Segura.** Do ponto de vista da contaminação físico-química e biológicas e dos possíveis riscos à saúde. Destacando a necessidade de garantia do alimento seguro para consumo populacional.

Neste sentido, é fundamental resgatar as práticas e valores alimentares culturalmente referenciados bem como estimular a produção e o consumo de alimentos regionais (como legumes, verduras e frutas), sempre levando em consideração os aspectos comportamentais e afetivos relacionados às práticas alimentares.

Frequentemente, o que tem apelo é falar dos benefícios ou malefícios de um único produto, por isso surgem os modismos. É preciso enfatizar que os valores alimentares e a prática de hábitos alimentares saudáveis são eficazes contra as doenças não transmissíveis.