

ENTRE DESERTOS E PÂNTANOS

Quando a geografia urbana é um obstáculo para a alimentação saudável

Desertos e pântanos alimentares: qual a diferença?

Desertos alimentares são locais onde o acesso a alimentos *in natura* ou minimamente processados é escasso ou impossível. Já os pântanos são locais em que se predomina a venda de produtos altamente calóricos com poucos nutrientes, como no caso das redes de *fast food* e lojas de conveniência. Os dois cenários obrigam as pessoas a se locomoverem para outras regiões para obter alimentos saudáveis.

Guia Alimentar para a População Brasileira

Publicado em 2014 pelo Ministério da Saúde, o documento traz recomendações sobre como deve ser uma alimentação saudável no contexto brasileiro. A principal delas é a orientação de sempre se preferir alimentos *in natura*, minimamente processados e refeições frescas a produtos ultraprocessados. Porém, uma pesquisa da Universidade de São Paulo (USP) [1] revela que, para uma grande parcela da população, pode não ser tão fácil adquirir os alimentos recomendados.

Como foi feita a pesquisa:

- Foram analisados 650 comércios que vendem alimentos em Jundiaí, município do interior de São Paulo.
- Os estabelecimentos foram classificados em 13 categorias, de acordo com os tipos de itens disponíveis para venda.
- Também foi levantado se os estabelecimentos tinham gôndolas de alimentos ultraprocessados no caixa e a disponibilidade de vegetais na entrada.
- A densidade e proporção de diferentes tipos de comércios foram cruzadas com informações geográficas, resultando em 643 comércios localizados.
- Os dados encontrados foram comparados com os indicadores socioeconômicos da cidade, de modo a verificar desigualdades sociais na distribuição dos estabelecimentos.



In natura

Alimentos que vieram direto da natureza, como frutas, verduras e legumes.



Minimamente processados

Alimentos submetidos a alterações mínimas, como limpeza, seleção, secagem e embalagem, como abacaxi em pedaços, arroz, feijão, entre outras comidas.



Processados

Produtos fabricados a partir do alimento natural, mas com a adição de sal ou açúcar.



Ultraprocessados

Produtos formulados pela indústria, com pouco ou nenhum ingrediente natural e adição de várias substâncias químicas, como os aditivos alimentares.



Comparado a outros estabelecimentos, uma maior disponibilidade de alimentos *in natura* pode ser encontrada em supermercados, mercados médios, mercearias, mercados de frutas e legumes, mercados municipais, açougues e peixarias.



Ingredientes culinários e alimentos processados podem ser encontrados com mais facilidade em mercados médios e supermercados.



A disponibilidade de ultraprocessados é maior em mercados médios, supermercados, mercearias e padarias.



25,2% dos estabelecimentos visitados são mercearias, estabelecimentos responsáveis por uma grande oferta de alimentos não processados, mas também de processados e ultraprocessados (o

mesmo ocorre com supermercados e mercados médios). As mercearias facilitam o acesso a alimentos, especialmente entre pessoas que habitam locais mais periféricos. Os comércios menores têm um papel importante na segurança alimentar

da população [2] por causa da grande variedade de produtos que oferece e proximidade geográfica dos consumidores, o que implica em maior frequência de compras.

CENTRO

Em áreas de média e alta renda, o número de estabelecimentos que priorizam a venda de ultraprocessados é 5,6 vezes maior que o número que vende, primariamente, alimentos *in natura*.

Locais que comercializam principalmente alimentos *in natura* e minimamente processados e que incluíam frutas e legumes já na entrada apresentam maior oferta de alimentos saudáveis, mas a quantidade desses estabelecimentos no município é considerada baixa.

A população que está geograficamente mais próxima [2] dos estabelecimentos que vendem alimentos *in natura* e minimamente processados consome mais esses itens.

PERIFERIA

Em áreas de média e baixa renda, há 22 vezes mais estabelecimentos que priorizam a venda de ultraprocessados do que os que vendem, primariamente, alimentos *in natura*.

A situação se agrava nas periferias, onde foi possível até mesmo verificar áreas sem estabelecimentos que vendem mais alimentos *in natura* ou minimamente processados do que produtos de outras categorias, os chamados “desertos alimentares”. As maiores proporções de estabelecimentos que priorizam ultraprocessados em relação a alimentos *in natura* e minimamente processados estão em áreas de renda média ou baixa, os chamados “pântanos alimentares”.

A população está mais próxima dos estabelecimentos que vendem alimentos processados e ultraprocessados, logo o consumo desses itens é maior.

Consequências

- Desigualdade geográfica na distribuição dos comércios de alimentos e os tipos de produtos vendidos.
- Alguns fatores estão ligados ao consumo de alimentos saudáveis, entre eles, a presença de lojas com disponibilidade desses alimentos [3] e a acessibilidade a esses estabelecimentos, tipos de comércio em determinado território [1], horários de operação [4, 5], preços [4, 5], localização dos produtos na loja e publicidade [6, 7, 8]. Também foi levantado se os estabelecimentos tinham gôndolas de alimentos ultraprocessados no caixa e a disponibilidade de vegetais na entrada.
- Tanto “desertos” quanto “pântanos alimentares” estão relacionados a problemas nutricionais. As altas taxas de obesidade entre populações de baixa renda têm sido relacionadas à restrição ao acesso a opções saudáveis, bem como ao aumento da densidade de redes de *fast food* e lojas de conveniência no ambiente em que vivem.

Referências

- [1] Borges, C.A.; Cabral-Miranda, W.; Jaime, P.C. Urban Food Sources and the Challenges of Food Availability According to the Brazilian Dietary Guidelines Recommendations. Sustainability; 2018.
- [2] Duran, A.C.; de Almeida, S.L.; Latorre, M.; Do, R.D.O.; Jaime, P.C. The role of the local retail food environment in fruit, vegetable and sugar-sweetened beverage consumption in Brazil. São Paulo, SP: Public Health Nutr; 2016.
- [3] McDermot, D.; Igoe, B.; Stahre, M. Assessment of Healthy Food Availability in Washington State-Questioning the Food Desert Paradigm. J. Nutr. Educ. Behav; 2017
- [4] Thow, A.M.; Downs, S.; Jan, S. A systematic review of the effectiveness of food taxes and subsidies to improve diets: Understanding the recent evidence. Nutr. Rev; 2014
- [5] Claro, R.M.; Monteiro, C.A. Family income, food prices, and household purchases of fruits and vegetables in Brazil. São Paulo, SP: Rev. Saude Publica; 2010.
- [6] Gamburzew, A.; Darcel, N.; Gazan, R.; Dubois, C.; Maillot, M.; Tomé, D.; Raffin, S.; Darmon, N. In-store marketing of inexpensive foods with good nutritional quality in disadvantaged neighborhoods: Increased awareness, understanding, and purchasing. Int. J. Behav. Nutr. Phys. Act; 2016.
- [7] Liu, E.; Stephenson, T.; Houlihan, J.; Gustafson, A. Marketing Strategies to Encourage Rural Residents of High-Obesity Counties to Buy Fruits and Vegetables in Grocery Stores. Prev. Chronic Dis; 2017.
- [8] Martinez, O.; Rodriguez, N.; Mercurio, A.; Bragg, M.; Elbel, B. Supermarket retailers' perspectives on healthy food retail strategies: In-depth interviews. BMC Public Health; 2018.

Realização



Em parceria com



ALIMENTANDO
POLÍTICAS