

Resenhas

O que há por trás da obesidade infantil

Documentário apresenta questões relacionadas à obesidade infantil, mostrando a informação como caminho para reverter o quadro atual.

Por Monique Lopes
10/02/2013

33% das crianças brasileiras estão hoje acima do peso. É essa a realidade trazida ao telespectador pelo documentário *Muito além do peso* (2012), de direção de Estela Renner e produção executiva de Marcos Nisti. O filme intercala infográficos que revelam dados sobre a obesidade infantil no Brasil e no mundo com depoimentos de especialistas – como Ann Cooper, chefe de cozinha e diretora do **School Food Project**, e Walmir Coutinho, médico endocrinologista e presidente da **International Association for the Study of Obesity** – e de famílias cujos filhos sofrem de colesterol alto e outros problemas de saúde causados pelo sobrepeso. Não é a primeira vez que a dupla trabalha em conjunto. Em 2008 Estela e Nisti estiveram por trás do média-metragem *Criança, a alma do negócio*, que faz duras críticas à publicidade voltada para o público infantil¹ e mostra a relação dessa publicidade com o aumento de sobrepeso na infância.

Ex-estudante de nutrição, Estela demonstra desde seu primeiro documentário sua preocupação com educação alimentar. Trechos de *Criança* mostram meninos e meninas incapazes de reconhecer legumes e frutas, ao mesmo tempo em que reconhecem de pronto a logomarca de multinacionais responsáveis pela produção e distribuição de alimentos não saudáveis. A “brincadeira” do “qual é a fruta?” é repetida em *Muito além do peso*, e dessa vez o contraponto são bolachas e outras guloseimas que todos os entrevistados sabem o nome.

O documentário começa apresentando o dia a dia de Yan, um garoto de quatro anos com problemas no coração e pulmão, que convence os pais, com choro e se jogando no chão, a lhe darem batatas fritas ao invés do arroz e feijão do almoço.

Ao explorar as causas da obesidade, volta a questionar publicitários, mas também concede a eles a oportunidade de se explicar, quase um direito de resposta. Em determinada parte do filme a autoridade dos pais é posta em cheque por Adilson Xavier, publicitário que, em favor das grandes empresas, argumenta que, se o produto é registrado e autorizado pelo órgão responsável, proibir a publicidade não faz sentido: “Dizer que a televisão compete com a autoridade dos pais é assumir um fracasso absoluto dos pais”, afirma.

Mas a grande vilã, apontada a todo momento pelo longa, é, no fim das contas, a falta de informação. Nem filhos nem pais demonstram conhecimento sobre o que e o quanto podem fazer mal os alimentos industrializados. Jamie Oliver, chefe de cozinha britânico que faz diversas aparições no documentário com seu discurso anti *fast food*, há alguns anos lançou uma campanha mundial de educação alimentar – a **Food Revolution** – que no ano passado chegou ao Brasil. Em *Muito além do peso*, Ann Cooper endossa a iniciativa do colega de profissão: “É preciso incluir o que a criança sabe sobre comida como experiência educacional, porque a única coisa que fazemos várias vezes ao dia durante toda a nossa vida é comer. E isso deve ser tão importante para a educação das nossas crianças quanto a leitura, a escrita e a aritmética”.

Muito além do peso traz, com um olhar crítico e emocional, a discussão sobre um dos maiores problemas de saúde da atualidade: a obesidade. Com dados, e por vezes imagens impressionantes, leva a população adulta e infantil a refletir sobre o que anda comendo dentro e fora de casa. O documentário fez sua estreia em 12 de novembro do ano passado no Parque do Ibirapuera, ficou entre os finalistas da 36ª Mostra Internacional de Cinema de São Paulo pela escolha do público, e pode ser assistido pela internet, no **site oficial** onde o download também está disponível, ou no **youtube**.

Muito além do peso

Direção: Estela Renner

Ano: 2012

1 O tema tem sido alvo de campanhas e foi objeto de um projeto de lei que proibia a veiculação de anúncios de alimentos e bebidas pobres em nutrientes e com alto teor de açúcar, gorduras saturadas ou sódio entre as 6h e as 21h no rádio e na televisão, e também o uso de celebridades ou personagens infantis na venda de alimentos e o uso de brindes promocionais. O projeto foi aprovado na Assembleia Paulista, mas vetado no dia 30 de janeiro pelo governador do estado, dado parecer técnico que aponta a inconstitucionalidade do mesmo. O Instituto Alana, patrocinador do documentário *Muito além do peso*, é um dos grandes incentivadores dessa medida.