

## Influenciar escolhas em bufetes escolares é missão impossível?

Se estivermos a falar com uma pessoa que manipula alimentos atrás de um balcão de um bufete escolar de professores ou de alunos, dir-nos-á que dificilmente conseguiria influenciar a escolha de determinado alimento. Se falarmos com um professor, ele diz-nos que só se não houver é que consumirá uma alternativa ao que quer. Se falarmos com um aluno de Secundário, diz-nos que mesmo que não exista ele não é influenciado e procura noutro lugar. Se falarmos a um aluno do 2º ou 3º ciclos, diz-nos que talvez escolha uma alternativa mais saudável. E como na maioria das escolas do 1º Ciclo, as crianças comem o que a escola, a autarquia ou a família lhes disponibiliza.

Assim, e à primeira vista, parece impossível influenciar escolhas alimentares em bufetes, a não ser pela disponibilidade (ou indisponibilidade) de certos alimentos. Mas analisemos com maior pormenor o que se faz na oferta alimentar.

1. Os bufetes escolares devem oferecer alimentos que constam no “Referencial para uma oferta alimentar saudável” (DGIDC, outubro/2006), posteriormente mencionado na regulamentação (Decreto-Lei no 55/2009, de 2 de março, ponto 2 do Artigo 15).

2. Nesse referencial, os alimentos estão classificados por categorias: “a indisponibilizar”, “a limitar”, “a promover”. Ou seja, não estão disponíveis apenas alimentos que geram saúde, mas outros que têm um teor de gordura, sal e açúcar um pouco mais elevado do que o desejável. Esses alimentos estão com indicação de que se devem disponibilizar apenas em tamanhos pequenos, ou em menores quantidades, condicionando a disponibilidade.

3. As escolas têm cadernos de encargos e compromissos com fornecedores que lhes dão vantagens financeiras e materiais (as arcas congeladoras ou frigoríficas são fornecidas pelas marcas que lá colocam o produto alimentar).

Este tipo de política limitadora, mas não restritiva, é de aconselhar, ou nem por isso?

Se pensarmos que a pessoa deve ser independente e responsável pelas consequências das suas escolhas, quanto maior a variedade da oferta alimentar, melhor, pois a escolha vai depender apenas da vontade e do preço da pessoa. Se a pessoa valoriza a saúde, certamente escolherá por esse critério.

Essa seria a política mais desejável, não fossem os dados recolhidos pela Saúde “dizerem” que os portugueses estão a escolher mal.

Escolhem produtos alimentares ricos em gordura, sal e açúcar todos os dias. Assim, as políticas de saúde procuram, e bem, intervir e influenciar essa escolha. Usam os meios de que dispõem: a via da limitação da disponibilidade (o tal referencial da DGIDC) e programas e projetos mais pequenos de intervenção na área alimentar: Rede de Bufetes Saudáveis, Programa PASSE (nomeadamente nas dimensões Ecológicas e Curricular), entre outros.

Alguns são projetos apenas de educação alimentar, e com eles pretende-se aumentar o conhecimento do papel dos alimentos na saúde. Mas outros trabalham atitudes face à alimentação saudável, procurando discutir, falar, jogar, de forma a poder ser valorizado esse mesmo papel e a influenciar os comportamentos alimentares.

No espaço bufete, podemos contar com o pessoal que mexe nos alimentos, se tiver formação especificamente direcionada à valorização da saúde através da alimentação e da forma como estes profissionais podem e devem influenciar a escolha alimentar.

Se o serviço de alimentação tiver “menus” saudáveis no bufete, com um preço mais acessível para um lanche completo (exemplos: leite, pão com manteiga e banana; sumo de laranja natural e pão com queijo) do que para um lanche “a limitar” (croissant e refrigerante), está a influenciar escolhas através do preço, certamente, mas promovendo saúde.

Se este serviço quiser facilitar a escolha, pode criar um espaço (prateleira, vitrina) sinalizado por um ícone gráfico de promoção de saúde (selo PASSE, por exemplo), e quer alunos, quer professores certamente vão olhar para esse espaço – um princípio do marketing: chamar atenção e adequar a oferta às necessidades do cliente.

A Escola, a Saúde e as empresas fornecedoras de alimentos, todas têm interesse em que os seus clientes vivam saudáveis. Há que repensar estratégias e trabalhar conjuntamente na mesma direção, transformando esta numa missão possível.

*Débora Cláudio*