

A exposição midiática das proteínas

É um movimento saudável, ou distração sobre coisas realmente importantes?

A obsessão global para o consumo de proteínas não mostra sinais de queda, mas este nutriente realmente é o herói da saúde que promete ser?

Alguns especialistas em nutrição questionam a febre das proteínas sugerindo que um marketing inteligente vem moldando a percepção e tirando o foco de alimentos integrais e de melhor qualidade dietética. Com o aumento das preocupações em relação a produtos ultra processados e crises de saúde pública, é hora de repensar o que realmente é nutritivo. Siân Yates da FoodBev analise o tema.

Pouco mais de um ano atrás, o especialista em nutrição e autor Tim Spector juntou-se a Steven Bartlett no podcast The Diary of a CEO, desafiando alguns dos mais persistentes mitos em torno da nutrição, particularmente, a obsessão pública pela ingestão de proteínas.

Hoje, essa entrevista voltou à ordem do dia, com vídeos e clips nas redes sociais que destacam a sua opinião sobre o culto das proteínas.

“Estamos obcecados por ela”, disse ele a Barlett. “Mas, para a maioria das pessoas, ela é irrelevante”.

No entanto, apesar do alerta, a febre da proteína não mostra sinais de diminuir. De acordo com a Pesquisa Precedence, o mercado mundial de proteína – englobando as opções de origem animal e vegetal – deverá ultrapassar US\$ 27,48 bilhões em 2034, representando crescimento anual de 8,5% entre 2025 e 2034.

Celebridades se juntam à onda e divulgam toda uma gama de produtos proteicos, desde pipocas e barras de cereais, até bebidas. As prateleiras dos supermercados estão repletas de iogurtes, mousses, granolas e tortas ricas em proteínas. E a

palavra “Proteína” se torna, convenientemente, um sinônimo de “saudável” – merecidamente, ou não.

“As proteínas recebem promoções em massa”, continuou Spector. “No Reino Unido, por exemplo, poucas pessoas têm deficiência de proteínas e precisam suplementação. Talvez seja menos de 5% da população... porque ela é inerente à nossa alimentação natural. Nós evoluímos para ser onívoros e obter proteína suficiente. E nossos ancestrais não sucumbiram por não tomar bebidas proteicas”.

Uma ilusão de marketing?

As proteínas são objeto de um marketing tão intenso que elas são percebidas como um nutriente mágico, capaz de melhorar a saúde, de desenvolver os músculos e favorecer a perda de peso. No entanto, como advertiu Spector, essa percepção pode ser mais um produto de marketing inteligente e não de evidências científicas.

Como mostrou uma reportagem da BBC nesta semana, a alegação “rica em proteína” aparece em 8,3% dos alimentos lançados no início de 2025 – acima dos 4,6% que apareciam em 2023.

Desde sobremesas a pizzas, a proteína é onipresente em quase tudo, frequentemente associada a alimentos ultra processados, longe do que poderíamos chamar de “alimentação saudável”.

O nutricionista Paul Morgan alerta que, embora as proteínas desempenhem um papel importante na reparação muscular e na saciedade, a grande maioria dos consumidores consomem o suficiente. “Muitos desses produtos são enganadores”, disse ele à BBC. “Eles podem fornecer proteína, mas também são ultra processados, ricos em calorias, e não são necessariamente melhores para sua saúde”.

A ironia é que muitos produtos alegam promover o bem-estar, na realidade, contribuem para o desenvolvimento de problemas metabólicos que eles afirmam prevenir. Uma barra de proteína tem perto de 500 calorias por 100 gramas e as bebidas ‘saudáveis’

estão longe disso, carregados de açúcar e aditivos que provocam a obesidade em vez de preveni-la.

Spector disse a Bartlett: “O fato de focarmos na proteína mostra o quão poderoso é o marketing. Para todos os lados “proteína” é utilizada para vender produtos. Se existir no rótulo ‘proteína’, as pessoas assumem que deve ser saudável – que precisam de mais proteína”.

A proteína, quase sempre, obtém um status quase mítico – vista como um nutriente que não pode fazer mal. “Essa é a ideia, de que a proteína ajuda você a ser forte – e que você não precisa se preocupar com as calorias e com o ganho de peso. Mas isso é um completo engano”, acrescenta Spector.

Na realidade, muitas pessoas estão consumindo três vezes mais a quantidade de proteína diária de que precisa. Os únicos grupos que precisam monitorar a ingestão de proteína com maior cuidado são os idosos e indivíduos com apetite reduzido – por exemplo, em decorrência de uma doença, medicação, cirurgias ou restrições dietéticas decorrentes de crenças religiosas ou culturais. A verdade é que a maioria dos alimentos naturais possuem proteína suficiente. Carne, aves, peixes, lácteos, grãos, legumes – até mesmo massas – contribuem para nossa ingestão diária de proteína.

E considerando de onde essa proteína vem, os alimentos de verdade provavelmente, são os melhores. Nosso corpo evoluiu para absorver nutrientes de alimentos integrais com muito mais eficiência do que bebidas e pós processados, explicou Spector. “Suplementos são, frequentemente, misturas com outros químicos, que não são absorvidos adequadamente e frequentemente não oferecem os mesmos benefícios”.

O consumo excessivo tem um custo escondido. “O excesso de proteínas não é gratuito”, previne ele. “O que seu corpo não precisa é decomposto – e se não for utilizado pelos músculos, é convertido em açúcares e armazenado como gordura”. Então,

aquela proteína ‘extra’ que você pensa que está fazendo bem? Na maioria das vezes é desnecessária e contraproducente.

Prioridades equivocadas

Há um problema maior: A saúde coletiva está em crise. Obesidade, diabetes tipo 2, câncer e doenças cardiovasculares.

Mas, em vez de enfrentar os problemas estruturais que estão por trás das dietas inadequadas – desigualdade, desertos alimentares, interrupção de cadeias de suprimento e a cultura de conveniência – estão vendendo uma solução milagrosa: mais proteínas?

Qual o foco devemos ter?

Spector pode estar certo: a questão real não é quanto de proteína consumimos, é a qualidade do alimento.

Nossas dietas estão cada vez mais sendo dominadas por alimentos ultra processados – formulações industriais com aditivos, emulsificantes, sabores e cores sintéticas – que estão relacionados a uma série de doenças, que vão desde transtornos de humor até o câncer.

O foco em nutrição e saúde pública se alinha com políticas mais amplas. No Estados Unidos da América (EUA), por exemplo, foi lançado o programa “Fazer a América Saudável Novamente”, com o objetivo de combater doenças crônicas, analisando o papel dos Alimentos Ultra Processados (AUP), toxinas ambientais e hábitos alimentares, para melhorar a segurança alimentar.

A agenda inclui propostas como eliminar, gradualmente, certos corantes, suplementos de flúor ingeríveis e para investigar os impactos na saúde de pesticidas amplamente utilizados, como o glifosato e a atrazina.

Para a indústria de alimentos e bebidas, esses movimentos mostram a importância da transparência e integridade nutricional na formulação de produtos. À medida que políticas de saúde pública destacam a importância de alimentos integrais e densidade nutricional, cresce a oportunidade (e a

responsabilidade) das indústrias para inovar alinhada com foco em diretrizes voltadas à saúde.

Talvez devêssemos fazer perguntas mais difíceis:

- Com menos de uma, a cada 20 pessoas, ingerindo menos fibras do que o recomendado, como dar a este nutriente vital o destaque que merece?
- Qual o impacto de emulsificantes e adoçantes artificiais em nosso microbioma intestinal?
- Porque alimentos de verdade e integrais são de acesso mais difícil e mais caros do que os alimentos sintéticos?
- Como as políticas podem se distanciar da conveniência corporativa e se voltar para a nutrição pública?

Dietas com alimentos integrais – ricas em vegetais não processados, gorduras saudáveis e carboidratos complexos – são uma das poucas intervenções que consistentemente mostram resultados positivos em saúde, longevidade e prevenção de doenças. No entanto, raramente fazem parte de campanhas intensivas ou apoiadas por influenciadores.

Isso significa melhor educação, regulamentação que privilegie a densidade nutricional em detrimento da densidade calórica e apoio a agricultores e fornecedores que priorizem a qualidade dos alimentos em detrimento do volume.

A boa saúde não é encontrada na lanchonete da esquina com selo “rico em proteína”. Ela se encontra em hábitos diários, reformas estruturais e na disposição de olhar além do marketing, alerta Spector.

A proteína pode até ter um lugar à mesa, mas nunca foi a refeição completa. Se for para levar a saúde pública a sério, talvez seja a hora de “tornar a fibra sexy novamente”.

[Acesse aqui a matéria na íntegra.](#)

Fonte: FoodBev – Tradução livre: www.terraviva.com.br

