

Data: 14.05.2017

Título: SERÁ ESTA A COMIDA DO FUTURO?

Pub: **Diário de Notícias** **notícias**
magazine

QuickCom
comunicação integrada

Tipo: Jornal Nacional Diário

Secção: Destaque

Pág: 1;3;28;29;30;31;32;33

14 MAIO 2017 N.1303

MAGAZINE

NOTÍCIAS

SERÁ ESTA A COMIDA DO FUTURO?

INSETOS DESIDRATADOS (COMO ESTES GRILOS E LARVAS DA FARINHA),
VACAS FELIZES, ALIMENTOS NATURAIS OU IOGURTES HIPERPROTEÍNADOS
ESTÃO ENTRE AS NOVAS TENDÊNCIAS DA ALIMENTAÇÃO.



A PORTUGUESA QUE MANDA NA LEGO

HELENA ROSETA: A POLÍTICA COMO FORMA
DE MUDAR O MUNDO PARA MELHOR

SEMANAL, ESTA REVISTA FAZ PARTE INTEGRANTE DO DIÁRIO DE NOTÍCIAS N.º 54 080 E DO JORNAL DE NOTÍCIAS N.º 347/129. NÃO PODE SER VENDIDA SEPARADAMENTE.

Área: 7205cm² / 43%

Tiragem: 24.000

FOTO

Cores: 4 Cores

ID: 5749233

Data: 14.05.2017

Titulo: SERÁ ESTA A COMIDA DO FUTURO?

Pub:

Diário de Notícias **notícias**
magazine



Tipo: Jornal Nacional Diário

Secção: Destaque

Pág: 1;3;28;29;30;31;32;33

O que vamos comer no futuro

Insetos no prato, vacas felizes, preocupações ambientais e alimentos hiperproteínados são algumas tendências da alimentação do futuro.

28

Área: 7205cm² / 43%

Foto Titagem: 24.000

Cores: 4 Cores

ID: 5749233

Data: 14.05.2017

Título: SERÁ ESTA A COMIDA DO FUTURO?

Pub: **Diário de Notícias** **notícias**
magazine

QuickCom
comunicação integrada

Tipo: Jornal Nacional Diário

Secção: Destaque

Pág: 1;3;28;29;30;31;32;33

ALIMENTAÇÃO

AS TENDÊNCIAS QUE VÃO MUDAR A FORMA COMO COMEMOS

NOVAS PREOCUPAÇÕES EM RELAÇÃO À SAÚDE, NOVOS PRODUTOS COM NOVAS CARACTERÍSTICAS, NOVAS FORMAS DE LIDAR COM O QUE NOS PÕEM NO PRATO – ATÉ OS ALIMENTOS QUE NOS FAZEM TORCER O NARIZ, COMO OS DA FOTOGRAFIA À DIREITA. CONHEÇA AS SEIS TENDÊNCIAS QUE VÃO INFLUENCIAR A MANEIRA COMO ESCOLHE A SUA COMIDA.

Texto **Filipe Gil**
Fotografia **Jorge Simão**

28 NOTÍCIAS MAGAZINE

Área: 7205cm² / 43%

Tiragem: 24.000
FOTO

Cores: 4 Cores

ID: 5749233

Data: 14.05.2017

Titulo: SERÁ ESTA A COMIDA DO FUTURO?

Pub:

Diário de Notícias **notícias**
magazine

QuickCom
comunicação integrada

Tipo: Jornal Nacional Diário

Secção: Destaque

Pág: 1;3;28;29;30;31;32;33



Se vir *Tenebrio molitor* ou *Acheta domestica* escrito na ementa de um restaurante, desconfie. Ou então peça: a larva da farinha e o grilo desidratados crocantes podem ser saborosos.

NOTÍCIAS MAGAZINE 29

Área: 7205cm² / 43%

FOTO Titagem: 24.000

Cores: 4 Cores

ID: 5749233

Data: 14.05.2017

Título: SERÁ ESTA A COMIDA DO FUTURO?

Pub:

Diário de Notícias **notícias**
magazine

QuickCom
comunicação integrada

Tipo: Jornal Nacional Diário

Secção: Destaque

Pág: 1;3;28;29;30;31;32;33

ALIMENTAÇÃO



● Morangos, amoras, framboesas ou mirtilos podem ser alternativas doces ao açúcar simples, cujo consumo em Portugal é 95% superior ao recomendado pela OMS.

30 NOTÍCIAS MAGAZINE

Área: 7205cm² / 43%

FOTO Titagem: 24.000

Cores: 4 Cores

ID: 5749233

EM 2016 VENDERAM-SE EM PORTUGAL MAIS 73% DE IOGURTES BIOLÓGICOS DO QUE NO ANO ANTERIOR. O LEITE BIOLÓGICO TAMBÉM VIU AS VENDAS AUMENTADAS EM 26%. NA ESCOLHA DE PRODUTOS ALIMENTARES, OS PORTUGUESES DEMONSTRAM UMA PREOCUPAÇÃO COM A SAÚDE SUPERIOR À MÉDIA EUROPEIA.

1

NOS ÚLTIMOS MESES, a procura de alimentos mais naturais tem aumentado nos supermercados portugueses. Sobretudo no que respeita a alimentos biológicos e sem aditivos ou nutrientes artificiais. De acordo com o estudo *Global Health and Ingredient Sentiment* desenvolvido recentemente pela consultora Nielsen, na escolha de produtos alimentares os consumidores nacionais demonstram uma preocupação com a saúde muito superior à média europeia. E procuram evitar os produtos mais artificiais. Além disso, as alergias e intolerâncias alimentares passaram a fazer parte das principais preocupações na relação com o que comem (produtos sem glúten ou sem lactose são uma realidade diária nas casas portuguesas). O mesmo estudo indica que 64% dos consumidores portugueses escolhem produtos cem por cento naturais, 53% «sem corantes» e produtos com pouco ou nenhum açúcar. São várias as cadeias especializadas em

produtos biológicos e mais naturais que estão a abrir nas grandes cidades e mesmo o retalho mais convencional aposta na naturalidade dos alimentos para conquistar o consumidor. E o consumo tem aumentado: em 2016 venderam-se mais 73% de iogurtes biológicos do que no ano anterior e o leite biológico também viu as vendas aumentar em 26%.

Mas há motivos para preocupação. De acordo com o Inquérito Alimentar Nacional e de Atividade Física (IAN-AF - 2017), o consumo de gordura saturada, açúcar e sal é inquietante na população geral e em crianças e adolescentes. O consumo de gordura saturada é superior nas crianças (15,3 %) e adolescentes (14,4%). O consumo de açúcar simples é 95% superior ao recomendado pela Organização Mundial da Saúde (OMS). A ingestão média de sal é de 7,3 gramas diários - contra os cinco recomendados.

Célia Craveiro, presidente da direção da Associação Portuguesa de Nutricionistas, indica que, cada vez mais, os portugueses são alertados pelos profissionais de saúde para a necessidade de redefinirem os seus hábitos alimentares, atendendo a que as doenças crónicas não transmissíveis, como a obesidade e diabetes, são motivadas, entre outros fatores, por desequilíbrios alimentares decorrentes do consumo de alimentos ricos em gordura saturada, açúcar e sal. Mas a maior preocupação com a saúde é uma tendência crescente e cerca de 11% da população consome produtos de agricultura biológica como hortícolas e fruta orgânica. Dados da Nielsen revelam ainda uma tendência para o consumo de sementes (como linhaça, sésamo ou cânhamo), cujas vendas aumentaram em 57% no último ano. «Produtos naturais e já preparados estão a ser muito procurados pelo consumidor português», diz Ana Paula Barbosa, *retailer services director* da consultora. O que no fundo confirma que há uma procura crescente por produtos naturais, desde que práticos e adaptáveis ao ritmo da vida atual.

VAMOS ESCOLHER ALIMENTOS MAIS NATURAIS

ALIMENTAÇÃO

Larvas da farinha e grilo desidratado sobre trufa de ganache com pimenta tímida está entre as experiências que o chef Francisco Siopa vende aos clientes. «É crocante e seco.»

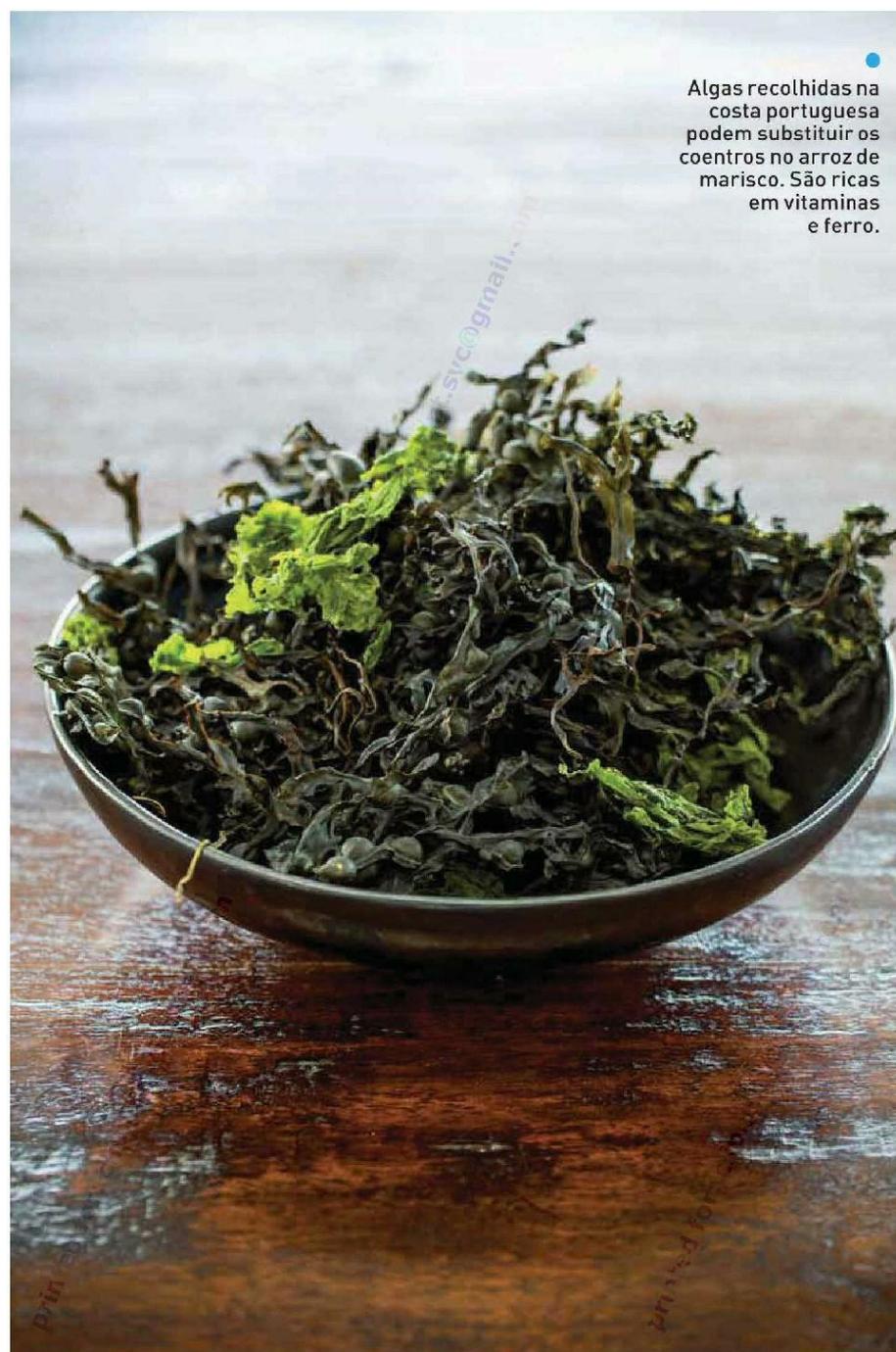
2

INSETOS E ALGAS À MESA – SEM TORCER O NARIZ

SABIA QUE a cerveja que consumimos pode conter até 250 pulgões por cem gramas da mesma ou que por cada cem gramas de espinafres são permitidos 50 pequenos insetos como larvas de milho e ácaros? Já come insetos há uns tempos e não sabia. Mas uma das grandes tendências de futuro será mesmo sabermos. E queremos. Nutricionalmente, os benefícios são conhecidos: cada cem gramas de insetos tem um valor proteico equivalente a cem gramas de carne. Além disso, os insetos são um alimento rico em vitaminas essenciais, como as do complexo B, por exemplo, e sais minerais como ferro, cálcio e zinco. «E são pobres em gordura (é o caso das larvas da farinha) e contêm uma grande quantidade de fibra – ao contrário de carne», diz João Lacerda, nutricionista que se tem debruçado sobre os benefícios dos insetos como alimento.

Mas as vantagens não são só nutricionais. São também ambientais – produzir insetos retira menos recursos do planeta.

NUTRICIONALMENTE, OS BENEFÍCIOS SÃO BEM CONHECIDOS: CADA CEM GRAMAS DE INSETOS TÊM UM VALOR PROTEICO EQUIVALENTE A CEM GRAMAS DE CARNE. ALÉM DISSO, OS INSETOS SÃO UM ALIMENTO RICO EM VITAMINAS ESSENCIAIS, COMO AS DO COMPLEXO B, POR EXEMPLO, E SAIS MINERAIS COMO FERRO, CÁLCIO E ZINCO.



● Algas recolhidas na costa portuguesa podem substituir os coentros no arroz de marisco. São ricas em vitaminas e ferro.

«Duzentos metros quadrados de terra servem para produzir 450 gramas de carne, enquanto 15 metros quadrados produzem 450 gramas de grilos», diz o nutricionista. «Comer insetos pode vir a tornar-se uma moda como foi o *sushi* há uns anos.»

No Mercado de Cascais, o *chef* pasteleiro Francisco Siopa começou a comercializar bombons enfeitados com insetos. «É crocante e seco.» O *chef* costuma usar a larva da farinha, o grilo e o casulo do bicho-da-seda, todos desidratados, para as experiências. A reação dos consumidores? «Como os bombons que comercializo já têm sabores estranhos, como um com ovas de sardinha, quero continuar a provocar o consumidor, desta vez com os insetos.» A ideia surgiu há cinco anos, quando uma amiga lhe ofereceu trufas de chocolate vindas de São Francisco, na Califórnia, EUA. «Eram ótimas e crocantes, mas só quando li a embalagem percebi que eram trufas de grilo.» Esta é uma tendência mundial, diz, mas em Portugal falta «alguma mente aberta» para comer insetos à refeição. «Comemos primeiro com os olhos. Se fizéssemos provas às cegas comeríamos muita coisa que nos sabe bem e que nos repugna ao olhar. Mas nós também comemos caracóis e noutros países acham isso estranho.»

Outra tendência é a das algas. Não as que já comemos nos restaurantes chineses ou japoneses, mas recolhidas na costa portuguesa e aplicadas em pratos do gosto nacional, como caldeirada, feijoada de choco ou arroz de marisco (onde podem substituir os coentros, intensificando o sabor a mar). É isso que tem desenvolvido o *chef* Pedro Mendes, e quem quiser pode provar alguns dos pratos no seu restaurante em Cascais. «O meu trabalho é empírico e tem que ver com o saber bem e com o aroma. As algas são ricas em vitaminas, ferro e alguma proteína, extremamente nutritivas, mas foco-me sobretudo no sabor, pois não as uso nos pratos só por ser bonito. Interessa-me o sabor.» Quem come gosta, garante o *chef*. «Se o *feedback* não fosse positivo, já tinha parado com os testes.»

ALIMENTAÇÃO

CADA VACA DE ANTÓNIO BARÃO PRODUZ, EM MÉDIA, MAIS 1,5 LITROS DE LEITE POR DIA DO QUE ANTES DAS PREOCUPAÇÕES DE BEM-ESTAR. O LOCAL ONDE O ANIMAL PASSA A MAIOR PARTE DO TEMPO, CAMAS LIMPAS, ESPAÇOSAS E CONFORTÁVEIS, REMOÇÃO DO ESTRUME DE QUATRO EM QUATRO HORAS E REGULAÇÃO DA TEMPERATURA AMBIENTE SÃO AGORA TIDOS EM CONTA.

3

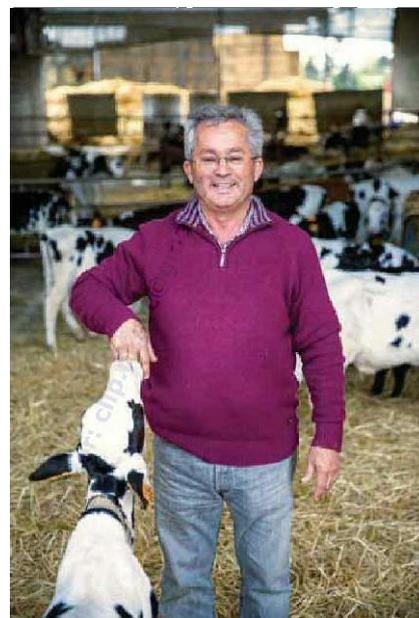
ANIMAIS
MAIS
FELIZES

«O BEM-ESTAR ANIMAL não é pôr um lacinho e tratar os animais de produção como animais domésticos. É, isso sim, dar-lhes todas as condições possíveis para que se sintam bem e produzam melhor.» As palavras são de António Barão, que produz leite de cabra e leite e carne de vaca em Benavente. Na sua propriedade, o bem-estar animal foi posto em prática depois de uma consultoria, e os resultados, três anos depois, estão à vista: as melhorias permitiram que cada vaca, em média, produza agora mais 1,5 litros por dia do que antes das preocupações de bem-estar. Esse bem-estar é implementado em vários fatores, mas sobretudo no local onde a vaca passa a maior parte do tempo.

É sinónimo de bem-estar camas limpas, espaçosas e confortáveis, a remoção do estrume de quatro em quatro horas e uma grande preocupação com a temperatura ambiente. «Esta raça de vacas leiteiras, as Holstein Frísia, que são as mais comuns, entram em *stress* a partir dos 25 graus, por isso temos um sistema de ventilação automática e, quando a temperatura sobe aos 29, temos a ajuda de nebulizadores que trabalham automaticamente de 15 em 15 minutos. E a cobertura dos pavilhões onde estão os animais – vacas e cabras – é feita de isolante térmico.» A água e os bebedouros são outros dos cuidados extremos desta produção. E em termos de alimentação, um nutricionista analisa semanalmente amostras do que é ingerido pelos animais e controla a quantidade. «As vacas não se querem nem gordas nem magras», diz o produtor.

O bem-estar animal resulta assim numa maior produção de leite, mas também em maior qualidade, tanto das vacas como das cabras. Uma vaca de António Barão produz em média 42 litros de leite por dia, cerca de 22 litros por cada ordenha. Há vacas que chegam aos 50 litros ou mais por dia. «Há trinta anos, uma vaca era boa se desse vinte litros por dia», diz António Barão.

Outro exemplo de bem-estar animal é o projeto Vacas Felizes, animais que andam



livres em pastagem na ilha de São Miguel, nos Açores, num projeto de sete milhões de euros para a criação de leite de pastagem da Terra Nostra, lançado em 2015. «As nossas vacas vivem ao ar livre 365 dias por ano, em comunidade com outras vacas, com acesso à erva fresca, e não estão fechadas em estábulos com alimentação à base de rações», diz Paula Gomes, diretora de *marketing* da empresa. Condições parecidas, apenas na Nova Zelândia ou na Irlanda, garante. A tendência do bem-estar animal veio para ficar. Os ganhos são quantificados e os consumidores pedem este tipo de produtos diferenciadores. «Sabemos que o mercado é regido por tendências, mas também sabemos que umas tendências são substituídas ao passo que outras mantêm-se», diz Paula Gomes. «Acredito que esta seja uma tendência que se manterá. De facto, estamos todos mais atentos, e ao mesmo tempo educados, para o significado por detrás do conceito de bem-estar animal.»

Data: 14.05.2017

Título: SERÁ ESTA A COMIDA DO FUTURO?

Pub: **Diário de Notícias** **notícias**
magazine

QuickCom
comunicação integrada

Tipo: Jornal Nacional Diário

Secção: Destaque

Pág: 1;3;28;29;30;31;32;33



Estas cabras têm mais espaço do que o habitual em unidades de produção intensiva, entre outros cuidados. Isso reflete-se na qualidade do leite.

Área: 7205cm² / 43%

FOTO Tiragem: 24.000

Cores: 4 Cores

ID: 5749233

NOTÍCIAS MAGAZINE 35

Data: 14.05.2017

Título: SERÁ ESTA A COMIDA DO FUTURO?

Pub:

Diário de Notícias **notícias**
magazine

QuickCom
comunicação integrada

Tipo: Jornal Nacional Diário

Secção: Destaque

Pág: 1;3;28;29;30;31;32;33

ALIMENTAÇÃO

Em breve, produtos como chícara, tremoço ou feijão poderão ser adicionados a pequenas «bolachas» como estas.



Área: 7205cm² / 43%

FOTO Titagem: 24.000

Cores: 4 Cores

ID: 5749233

O INSTITUTO SUPERIOR DE AGRONOMIA DESENVOLVEU UM SNACK À BASE DE IOGURTE. É RICO EM CÁLCIO, AS BACTÉRIAS LÁCTEAS CONTRIBUEM PARA O FORTALECIMENTO DO SISTEMA IMUNITÁRIO, A ÁGUA DE COCO, A FARINHA DE ALFARROBA E AS SEMENTES DE CHIA TÊM GRANDE PODER ANTIOXIDANTE.

4

SNACKS SIM, MAS DOS SAUDÁVEIS

O ESTUDO GLOBAL HEALTH and Ingredient Sentiment, da Consultora Nielsen, indica que 41% dos portugueses escolhem ingredientes que lhes proporcionem novas experiências, 25% preferem os que imitam produtos existentes e apenas 34% admitem não comprar este tipo de artigos. Ana Paula Barbosa, da Nielsen, confirma que a maioria dos produtos dietéticos têm sido mais consumidos nos últimos anos. E Célia Craveiro, presidente da Associação Portuguesa de Nutricionistas, acredita que, nos próximos tempos, as tendências na alimentação continuarão assentando na reformulação dos produtos alimentares ao nível da redução de sal, açúcar, gordura saturada e gorduras trans (altamente processadas, que conferem maior sabor e aumentam o prazo de validade, usadas pela indústria alimentar no fabrico de bolos, pizzas ou batatas fritas). Apesar de a indústria alimentar já ter iniciado este percurso, continua a ser indispensável uma redução mais efetiva de produtos, seguindo as recomendações da OMS.

O Instituto Superior de Agronomia (ISA), em Lisboa, tem levado a cabo vários projetos de investigação no setor agroalimentar, como a criação de «snacks saudáveis». Cristina Prista é a investigadora do ISA responsável pela iniciativa que criou uma formulação de «snacks saudáveis» de iogurte. «Primeiro procedemos à otimização da formulação, selecionando ingredientes saudáveis e de cores apelativas, nomeadamente à base de fruta e produtos lácteos. Depois procedemos à otimização do processamento, um passo determinante da crocância.»

O consumo de pequenas quantidades de alimento, tipo *snack*, ao longo do dia, é uma opção cada vez mais comum nas refeições diárias dos consumidores. «Os alimentos com baixo teor de gorduras saturadas e alimentos com elevados teores em fibras e/ou

em nutrientes essenciais ao organismo podem ter um impacto positivo na saúde humana, como é o caso dos novos *snacks* de iogurte», diz a investigadora. Neste caso, o iogurte é uma grande fonte de cálcio e as bactérias lácteas contribuem para o fortalecimento do sistema imunitário. Por outro lado, a água de coco, a farinha de alfarroba e as sementes de chia têm um grande poder antioxidante. «Deste modo, o consumo dos *snacks* de iogurte, juntamente com a prática de uma alimentação saudável, pode contribuir, por exemplo, para a prevenção de doenças cardiovasculares, cuja principal causa são os incorretos hábitos alimentares.»

Em breve poderemos consumir este tipo de pequenas refeições. «Esperamos que dentro de um tempo razoável possamos a ver os nossos *snacks* no mercado», diz a investigadora.

Mas o desenvolvimento de produtos saudáveis não se fica por aqui. A equipa do ISA está a trabalhar noutras ideias que «procuram aliar os benefícios nutricionais à diversificação do tipo de alimentos disponíveis, dando-lhe um cunho diferenciador, sobretudo pelas matérias-primas usadas, maioritariamente portuguesas, como o chicharro, o tremoço ou vários tipos de feijão, e pela forma como são produzidos, com base em fermentações orientais. Estamos a desenvolver a utilização de subprodutos e coprodutos da indústria alimentar, numa ótica de economia circular, contribuindo para aumentar a eficiência das empresas e diminuir a pegada ecológica e, em simultâneo, acrescentar valor a produtos que tradicionalmente têm baixo valor no mercado ou são considerados meros desperdícios.» Ou seja, a tendência e a apetência dos portugueses por produtos saudáveis e o engenho e a ciência de instituições como o ISA vão potenciar novos tipos de alimentos.

ALIMENTAÇÃO

Tomate e outros alimentos de cores vivas (como citrinos, maçãs ou vinho tinto) são ricos em fitonutrientes, que ajudam a prevenir algumas doenças.





5



● A ingestão de pimentos é boa para o trânsito intestinal e aumenta o metabolismo.

COMER MELHOR, A PENSAR NA SAÚDE

JÁ OUVIU FALAR em fitonutrientes e alimentos funcionais? «São compostos bioativos encontrados em alguns vegetais», diz a nutricionista Natália Cavaleiro Costa. «Podem ajudar a prevenir algumas doenças, já que aumentam as defesas do sistema imunitário, são antioxidantes, combatem os processos oxidativos naturais no organismo e são ferramentas na prevenção de alguns tipos de cancro (do sistema digestivo, próstata ou aparelho respiratório) assim como das dislipidémias (aumento do colesterol e triglicéridos) e doenças inflamatórias como artrite reumatoide, asma ou Crohn.»

Os fitonutrientes encontram-se em vários alimentos, nomeadamente os que têm cores vivas, como tomate, morango, maçã,

citrinos, uva e também vinho tinto. Nas suas consultas, a nutricionista apercebe-se cada vez mais da consciência dos pacientes para a ingestão destes fitoquímicos e que o seu consumo regular é benéfico para a saúde. «Os planos alimentares são traçados de um modo personalizado, tendo em conta o objetivo final que pode não ser sempre a perda de peso, mas também o uso dos alimentos como coadjuvantes da medicação para o tratamento de várias patologias.»

Os alimentos fermentados são também considerados funcionais, já que os processos de fermentação permitem obter alimentos mais digeríveis e com maior valor nutricional do que as matérias-primas com que são feitos. No caso da fermentação de

leguminosas, «há um aumento da qualidade das proteínas, uma redução do teor de gorduras e um aumento do teor em ácidos de tipo ómega 3, um aumento do teor em vitaminas (nomeadamente do complexo B) e um aumento da biodisponibilidade de ferro, zinco e outros elementos essenciais ao organismo», diz Cristina Prista, investigadora do Instituto Superior de Agronomia.

Cada vez mais, os consumidores pensam no benefício que determinado alimento lhe trará para a saúde, sobretudo para evitar doenças e ter melhores ferramentas para combater determinados tipos de cancro. A consciência só agora está a despertar e vai aumentar cada vez mais, acreditam os especialistas.

CADA VEZ MAIS, OS CONSUMIDORES PORTUGUESES PENSAM NO BENEFÍCIO QUE DETERMINADO ALIMENTO, NATURAL OU PREPARADO, LHE TRARÁ PARA A SAÚDE, SOBRETUDO PARA EVITAR DOENÇAS. A CONSCIÊNCIA VAI AUMENTAR CADA VEZ MAIS NO FUTURO. UMA OPORTUNIDADE PARA OS PROFISSIONAIS DE SAÚDE PODEREM ACONSELHAR OS PACIENTES.

ALIMENTAÇÃO

OS NÍVEIS DE PROTEÍNA RECOMENDADOS SÃO DE UM GRAMA POR QUILO DE PESO, POR DIA. NUM INDIVÍDUO ADULTO QUE PESE 70 QUILOS, O MÁXIMO RECOMENDADO SÃO 70 GRAMAS DIÁRIOS. ESTES VALORES SÓ DEVEM SER ULTRAPASSADOS NO CASO DE DESPORTISTAS. SE INGERIMOS MAIS PROTEÍNA ALÉM DA QUE O ORGANISMO PRECISA, COMPROMETEMOS A NOSSA SAÚDE.

OS ALIMENTOS ENRIQUECIDOS com proteínas inundam os supermercados. Há bebidas com proteína para substituírem refeições através do combate da saciedade e da pouca gordura que têm. Na última edição da feira SIAL Paris, um dos mais importantes certames de alimentação mundiais, apresentaram-se inovações como papas para crianças com proteína extra. Uma das mais consumidas é a proteína *whey*, derivada do soro do leite. Outro fenómeno curioso é o dos queijos *quark* (a partir de leite de vaca, usados para regimes de emagrecimento e de desportistas devido ao baixo teor de gordura e alto valor proteico) ou dos iogurtes proteínados que têm esgotado em supermercados.

«Há casos em que devemos aumentar o consumo de proteína, como nos desportistas», diz a nutricionista Natália Cavaleiro Costa. «Mas o que se verifica é o uso indiscriminado da proteína no emagrecimento. Já ingerimos proteína numa posta de peixe, num bife, num copo de leite ou iogurte. Se ainda ingerirmos proteína em suplementos, como a proteína *whey*, corremos riscos, nomeadamente a nível do sistema renal.» O excesso de ureia, que se encontra na proteína, obriga os rins a funcionar mais intensamente, podendo levar, a longo prazo, a hipertensão, diabetes ou inflamação crónica dos rins. Apesar de a tendência crescer, convém saber que os níveis de proteína recomendados são de um grama por quilo de peso por dia. Ora, num indivíduo adulto que pese 70 quilos, o máximo recomendado é de 70 gramas diários. Estes valores só devem ser ultrapassados quando se trata de um desportista.

«As proteínas são usadas para construir e reparar o tecido muscular, aumentando o ganho de massa magra», diz a nutricionista.

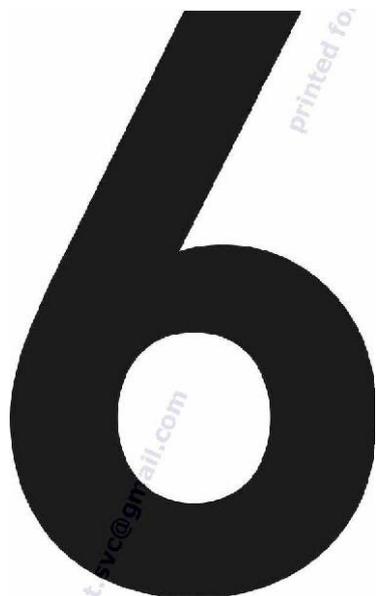
Mas nem todos somos desportistas. O praticante de exercício que vai fazer umas aulas de manutenção ou de zumba não conta.

Célia Craveiro, presidente da direcção da Associação Portuguesa de Nutricionistas (APN), reforça que o mercado dos produtos alimentares com um conteúdo proteico superior tem vindo a aumentar. É uma das tendências de mercado. «Estes produtos podem ser uma mais-valia para indivíduos com necessidades aumentadas de proteína, mas para a generalidade da população é fundamental que a sua inclusão seja enquadrada numa alimentação saudável e que tenha em consideração o valor proteico e energético total do dia alimentar do indivíduo.»

Mas há modas que não se explicam, mesmo com a influência das redes sociais, como é o caso da do iogurte islandês, herança da dieta dos *vikings*, que tem esgotado consecutivamente nas prateleiras do supermercado Lidl, que o vende. «O produto tem mais de 1100 anos e o seu sucesso deve-se ao elevado teor de proteína e cálcio e baixo teor de gordura e hidratos de carbono, o que o torna altamente procurado pelos desportistas, já que favorece o aumento da massa muscular», refere fonte do departamento de comunicação do Lidl Portugal. A moda pegou nas redes sociais do retalhista e foram muitos os consumidores «e até profissionais da área do *fitness* a falar dos benefícios do produto nas suas páginas, o que criou um enorme *buzz*, a ponto de alguns consumidores aproveitarem o prazo de validade alargado para levarem caixas de uma vez, acabando por criar situações de rutura de *stock*.»

Para a nutricionista Natália Cavaleiro Costa, este tipo de produto pode ser consumido de modo seguro, por ser natural e não fórmulas industrializadas de proteína. «Estes iogurtes ou queijos podem ser usados num pequeno-almoço ou nem lanche em substituição de outros lácteos que usamos habitualmente nestas refeições. Mas o que acontece muitas vezes é um excesso do consumo, preterindo a ingestão de frutas e vegetais numa tentativa desesperada de emagrecimento.»

A MODA DO CONSUMO DE PROTEÍNA



Data: 14.05.2017

Título: SERÁ ESTA A COMIDA DO FUTURO?

Pub:

Diário de Notícias **notícias**
magazine

QuickCom
comunicação integrada

Tipo: Jornal Nacional Diário

Secção: Destaque

Pág: 1;3;28;29;30;31;32;33



O excesso de ureia, que se encontra na proteína, obriga os rins a funcionar mais intensamente, podendo levar a hipertensão ou diabetes.

Área: 7205cm² / 43%

Tiragem: 24.000

FOTO

Cores: 4 Cores

ID: 5749233