



# Paraíso das Interrogações

Consumidores brasileiros padecem com a falta de informações básicas sobre frutas e hortaliças expostas nos pontos de comercialização

Atualmente, nas prateleiras dos supermercados, muitos produtos destacam em suas embalagens a ausência de glúten, de gordura trans ou que são produtos light ou diet. Por outro lado, muitos omitem informações que são prejudiciais à saúde dos consumidores. Um exemplo comum é a presença do sódio na composição, utilizado principalmente como conservante. Geralmente os produtos prontos (sucos, conservas etc) possuem quantidades excessivas de substâncias que contribuem para enfarte, diabetes, acidente vascular cerebral (AVC) etc.

Diante destas constatações, resta a pergunta: será que as indústrias de alimentos estão preocupadas com a saúde do consumidor ou estão tentando vender mais seus produtos? Será que as autoridades estão do lado do consumidor ou dos fabricantes?

Outro problema é a falta de informações na comercialização de frutas, legumes e verduras, que poderiam evitar a decepção de muitos consumidores.

A maioria das pessoas não consegue definir quando o abacaxi é doce ou ácido. Alguns acreditam que se a folha sair com facilidade a fruta é doce, outros dizem que o mais doce é aquele que tem espinhos na coroa. Recentemente foi lançada uma variedade de abacaxi com folhas lisas, mais doce que a variedade de folhas com espinhos. O que geralmente consta nas bancas é: Abacaxi - R\$ 4,00/unidade.

A situação da melancia é muito interessante. Alguns batem e dizem que pelo "barulho" emitido dá para saber se a fruta está madura. Outros dizem que tem que se observar o pedúnculo – se estiver muito verde a fruta foi colhida antes de estar "madura". Alguns preferem comprar a melancia cortada, pois assim é possível ver se está realmente madura. Geralmente

nas bancas está escrito: Melancia – R\$ 12,00/unidade.

No caso do melão, é praticamente impossível saber quando é "docinho". A cor da pele ou a ponta "mole" geralmente não são garantias de frutas doces. Às vezes, os melões estão mais parecidos com o pepino em termos de sabor do que propriamente melão. Nas bancas os consumidores têm como opções – Melão pequeno – R\$ 4,00; Melão grande – R\$ 7,00 e Melão na redinha – R\$ 13,00 (estes são doces).

Outro caso interessante é o da laranja. Geralmente há diversas alternativas e muitos lugares oferecem estes produtos a granel e informam como: Laranja valencia – R\$ 0,80/kg; Laranja-pera rio – R\$ 0,90/kg; Laranja-lima – R\$ 1,20/Kg; Lima da pérsia – R\$ 1,70/kg. Não há como saber se a laranja é doce, exceto no caso de lima e lima da pérsia.

A comercialização de uva a granel é parecida com a da laranja. Nos locais de venda as informações disponíveis são: Uva Itália – R\$ 4,50/Kg, Uva rubi - R\$ 4,50/Kg; Uva niágara – R\$ 2,80/Kg; Uva sem sementes – R\$ 7,50/Kg; Uva benitaka – R\$ 6,20/Kg. Frequentemente os consumidores provam algumas bagas e, assim, conseguem comprar uvas doces.

E o caso da batata? Possivelmente seja um dos mais interessantes e desastrosos. Geralmente as informações disponíveis são: Batata – R\$ 2,67/Kg; Batata monalisa – R\$ 2,34/Kg (normalmente não é a variedade monalisa); Batata bintje (não há mais produção de bintje no Brasil); Batata rosa ou Batata branca – R\$ 2,98/Kg (denominações utilizadas nos estados do Sul do país); Batata especial – R\$ 2,54/Kg; Batata rosada – R\$ 3,21/Kg – Boa para fritura; Batata bolinha – R\$ 7,99/saco; Batata escovada – R\$ 3,44/Kg; Batata promoção - R\$ 0,99/Kg – Aproveitem...

Poderíamos continuar comentando muitos outros exemplos: mandioca (como saber quando ela cozinha e depois derrete...), pêssego (quando descobrir se é doce ou ácido), jiló (quando saber quando é ou não amargo), alho (como saber se é nacional ou importado), quiabo e vagem (como saber se não estão passados) etc. Como podemos notar, os consumidores estão totalmente desamparados e não conseguem obter informações básicas, como por exemplo quando uma fruta é doce ou ácida, quando uma batata é própria para ser frita ou só serve para salada.

A falta de interesse em proporcionar estas mudanças está relacionada basicamente a interesses comerciais, ou seja, o produtor está preocupado em produzir o máximo possível, mesmo que a variedade não seja culinariamente a mais indicada. Já os comerciantes estão interessados em variedades mais atrativas e que durem mais, em vez de variedades mais doces ou nutritivas. O governo não se interessa pelo assunto e assim a somatória de todas estas inconseqüências é a realidade que temos – pessoas sem referências mínimas necessárias para comprar produtos que proporcionem satisfação ao consumi-los.

A solução deste problema que podemos denominar de "informações úteis aos consumidores" é simples. Basta criar leis e fiscalizar a obrigatoriedade de informar no ponto de venda a aptidão culinária, o brix das frutas, permitir quando necessário a degustação etc.

Também seria muito válido, em vez de propaganda política obrigatória, o uso de uma parte do precioso tempo da mídia para ensinar a população como escolher e consumir os alimentos produzidos no Brasil. 

**Natalino Shimoyama,**  
Gerente-geral da ABBA