

NEWSLETTER

Agosto | 2026

Panorama do mês

Agosto ampliou o olhar sobre a sociedade de consumo

Envelhecimento da população, escolhas alimentares, informação, publicidade e liderança. Ao longo de agosto, **IPSConsumo** e **Instituto Viva** colocaram em debate temas diferentes, mas ligados por uma mesma questão: como as transformações da sociedade estão mudando a vida das pessoas, o mercado e as relações de consumo.

O mês também marcou os 8 anos de criação do **IPSConsumo**, uma trajetória construída em torno da defesa do consumidor, da produção de conhecimento e da ampliação do debate sobre temas que atravessam a sociedade de consumo. Nesta edição, reunimos os principais conteúdos, parcerias e acontecimentos de agosto.

Viver mais também muda a forma de consumir

O Brasil está envelhecendo — e essa transformação vai muito além da Previdência ou dos serviços de saúde.

A digitalização, novos produtos, serviços financeiros, alimentação, publicidade e canais de atendimento passam a fazer parte de uma agenda de longevidade que precisa considerar autonomia, acessibilidade e proteção.

Em artigo conjunto, **IPSConsumo** e **Instituto Viva** mostram por que viver mais também significa consumir por mais tempo e defendem que empresas, governos e sociedade precisam começar a preparar as relações de consumo para essa nova realidade.

Publicidade e autorregulação também fazem parte dessa agenda

O **IPSConsumo** acompanhou, em agosto, a posse da nova liderança do Conselho Nacional de Autorregulamentação Publicitária (CONAR) para o biênio 2026–2028.

A publicidade ocupa uma posição importante nas relações de consumo porque influencia escolhas, comportamentos e percepções sobre produtos e serviços.

Por isso, discutir boas práticas, responsabilidade na comunicação e mecanismos de autorregulação também faz parte de uma agenda contemporânea de proteção do consumidor.

Nutricionista muito além da dieta

Às vésperas do **Dia do Nutricionista**, celebrado em 31 de agosto, **IPSConsumo** e **Instituto Viva** mostraram como esse profissional passou a ocupar espaços que vão do atendimento clínico às escolas, à indústria de alimentos, à pesquisa e às políticas públicas.

Num ambiente em que publicidade, redes sociais, influenciadores e novas tecnologias disputam a atenção das pessoas, o nutricionista também passa a ter um papel importante na educação para o consumo e na capacidade de transformar ciência em informação que ajude nas escolhas.

Liderança feminina e construção de legado

Agosto também marcou o lançamento do livro **Mulheres na Liderança: Desafio e Legado**, organizado pela ABA e pela Confraria das Mulheres Dirigentes de Entidades.

Juliana Pereira, presidente do **IPSConsumo**, é uma das coautoras da publicação.

Mais do que registrar trajetórias profissionais, a obra abre espaço para discutir liderança, participação feminina nos processos de decisão e os legados construídos por mulheres que atuam em diferentes áreas da sociedade.

A participação de **Juliana** também dialoga com uma das propostas do **IPSConsumo**: trazer para o debate sobre sociedade de consumo diferentes experiências, conhecimentos e perspectivas.

Agenda & Participações

2 a 4/9 Congresso Internacional de Nutriômica e Nutrição de Precisão

O Rio de Janeiro recebe a primeira edição do Congresso Internacional da Rede Ibero-Americana de Nutriômica e Nutrição de Precisão. Com formato híbrido, o encontro reunirá pesquisadores da América Latina, Europa e Estados Unidos para discutir como genética, metabolismo, análise de dados e inteligência artificial podem contribuir para uma nutrição cada vez mais individualizada. A programação prevê aplicações em obesidade e doenças metabólicas e aproxima pesquisa científica da tomada de decisão em saúde.

3/9 Relações de consumo na era digital

A Fundação Procon-SP promove palestra online sobre relações de consumo na era digital. O evento integra a programação de educação para o consumo oferecida gratuitamente pelo órgão em setembro, que também inclui encontros sobre jogos e apostas, consumo e meio ambiente, orientação financeira e armadilhas do consum

11 e 12/9 Congresso de Nutrologia e Nutrição

Fortaleza recebe a terceira edição do Congresso de Nutrologia e Nutrição, no Centro de Eventos do Ceará. O encontro integra a agenda científica de setembro voltada à discussão de nutrição e saúde

21 a 23/9 FAO debate One Health e sistemas alimentares

A Organização das Nações Unidas para a Alimentação e a Agricultura promove, em Roma, uma conferência global sobre a aplicação da abordagem One Health aos sistemas agroalimentares. O debate reúne saúde humana, animal, vegetal e ambiental e abordará segurança dos alimentos, resistência antimicrobiana, mudanças climáticas, biodiversidade e resiliência dos sistemas alimentares.

24 a 26/9 Congresso Brasileiro de Nutrologia celebra 30 anos

São Paulo recebe o XXX Congresso Brasileiro de Nutrologia (CBN 2026) e o III World Congress of Nutrology, no Centro de Convenções Frei Caneca. A edição marca os 30 anos do congresso e deve reunir cerca de 4 mil participantes, entre médicos, especialistas e pesquisadores. Promovido pela Associação Brasileira de Nutrologia (ABRAN), o encontro terá foco em atualização científica, troca de conhecimento, inovação e avanço da Nutrologia baseada em evidências.

Alertas & Monitoramentos

Antes de comprar um suplemento, consulte a situação do produto na Anvisa

A Anvisa ampliou as ferramentas disponíveis para que consumidores acompanhem alertas relacionados a produtos sujeitos à vigilância sanitária. A consulta permite pesquisar por nome do produto, área, data, número do alerta ou palavras-chave.

O recurso ganha importância diante das recentes apreensões de suplementos irregulares, alguns comercializados sem regularização ou com substâncias que não apareciam no rótulo.

Antes da compra, especialmente pela internet, vale verificar a regularidade do produto e desconfiar de promessas terapêuticas ou de emagrecimento rápido.

No Radar

Anvisa vai rever regras para publicidade de alimentos e medicamentos

A Anvisa abriu processos para revisar as normas que regulam a propaganda de alimentos e medicamentos no Brasil. As regras atuais foram editadas em 2008 e 2010, antes da expansão das redes sociais, do comércio eletrônico, dos marketplaces e do marketing de influenciadores.

Segundo a Agência, as mudanças na forma como produtos são divulgados e comercializados exigem uma atualização das normas para acompanhar o ambiente digital, proteger a saúde pública, reduzir riscos sanitários e assegurar ao consumidor informações adequadas.

A discussão pode ter impacto direto sobre empresas, plataformas, influenciadores e consumidores.

Entre os temas que devem ganhar importância estão a transparência da publicidade, a responsabilidade sobre conteúdos comerciais e os limites das mensagens usadas para promover alimentos e medicamentos.

Parcerias

IPSConsumo passa a integrar Aliança de Publicidade e Influência Responsável

O **IPSConsumo** aceitou integrar a Aliança de Publicidade e Influência Responsável, iniciativa criada pelo **CONAR** para promover boas práticas na publicidade realizada por influenciadores digitais.

A Aliança reúne entidades, empresas, plataformas, autoridades públicas e organizações da sociedade civil em torno de temas como transparência, identificação de conteúdo publicitário, apresentação verdadeira das ofertas, autenticidade dos testemunhais e responsabilidade social.

A iniciativa também busca ampliar o conhecimento sobre as regras previstas no Código Brasileiro de Autorregulamentação Publicitária, no Código de Defesa do Consumidor e nas demais normas aplicáveis à publicidade.

Ao participar da Aliança, o **IPSConsumo** passa a contribuir para um debate que está cada vez mais presente nas relações de consumo: como garantir informação clara e práticas responsáveis em um ambiente no qual influenciadores digitais têm papel crescente nas decisões de compra.

IPSConsumo apoia edição PrêmioABT 2026

O **IPSConsumo** firmou apoio institucional ao XXV PrêmioABT | Congresso Excelência no Relacionamento com o Cliente, que será realizado nos dias 22 e 23 de outubro, no Memorial da América Latina, em São Paulo.

Promovido pela Garrido Marketing, o PrêmioABT chega aos 26 anos reunindo empresas de diferentes setores para apresentar experiências e práticas ligadas ao atendimento e ao relacionamento com clientes.

Ao apoiar a iniciativa, o **IPSConsumo** reforça uma agenda que está no centro das relações de consumo: a qualidade do atendimento, a experiência do consumidor e o papel das empresas na construção de relações mais transparentes e responsáveis.

O IPSConsumo e o Instituto Viva atuam pela transparência, pela ciência baseada em evidências e pela integração entre consumo e nutrição, contribuindo para escolhas mais seguras, responsáveis e alinhadas ao interesse público.