



Ao Exmo.
Senhor
Ministro de Estado da Saúde
Alexandre Rocha Santos Padilha

São Paulo, 30 de maio de 2010.

Prezado Senhor Ministro Alexandre Padilha,

As redes e organizações da sociedade civil e instituições de pesquisa que compõem a Frente pela Regulação da Publicidade de Alimentos¹ vem manifestar nossa indignação com a vinculação entre as marcas, programas e imagem do Ministério da Saúde do Brasil com a marca, produtos e campanhas publicitárias da empresa McDonald's.

Não se justifica, em hipótese alguma, o Ministério da Saúde associar sua imagem a de empresas como Mc Donald's atribuindo-lhes o título de "Parceiro da Saúde", uma vez que a sua principal atividade é a comercialização de alimentos que, em sua grande maioria, fazem muito mal à saúde.

Dados das Pesquisas de Orçamentos Familiares, realizadas periodicamente no Brasil pelo IBGE, indicam a crescente substituição de alimentos tradicionais e saudáveis da dieta brasileira, como a mistura arroz e feijão, por bebidas e alimentos ultra processados, densamente calóricos e com baixa concentração de nutrientes. Essa substituição é extremamente prejudicial à saúde da população e coloca em risco os avanços obtidos pela Saúde Pública brasileira nas últimas décadas. O crescimento vertiginoso da obesidade no país talvez seja a expressão mais dramática das conseqüências do crescimento do consumo de alimentos ultra processados, dentre os quais estão os hambúrgueres, batata frita, refrigerantes oferecidos e promovidos pela rede McDonald's. Na mais recente pesquisa nacional, realizada em 2008-2009, o IBGE constatou que apresentavam peso excessivo metade dos adultos brasileiros, um em cada cinco adolescentes e uma em cada três crianças de 5 a 9 anos.

Impulsionadas pela pressão de empresas como o McDonald's, essas transformações nos padrões alimentares e no estado nutricional de milhões de brasileiros e cidadãos de todo o

¹ A Frente pela Regulação da Publicidade de Alimentos é formada por 57 organizações e redes da sociedade civil e instituições de ensino e pesquisa e tem como lutar para que o poder público estabeleça normas que regulem a publicidade de alimentos, monitore o cumprimento dessas normas de modo a evitar prejuízo à saúde da população e puna severamente todos que as descumprirem. A lista dos membros da Frente pode ser acessada no seguinte endereço: <http://regulacaoalimentos.blogspot.com/>

mundo requerem respostas inadiáveis e corajosas por parte dos governantes de modo a deter o avanço explosivo nas mortes e no adoecimento da população pelas doenças crônicas não-transmissíveis intimamente relacionadas à alimentação.

É necessário cuidado especial com as nossas crianças que devem crescer em um ambiente que favoreça seu máximo potencial de desenvolvimento, o que inclui a garantia da proteção contra os produtos comercializados e práticas de *marketing* empregadas por empresas como o McDonald's. Os alimentos comercializados por essa empresa são na sua grande maioria contra indicados para o consumo frequente, principalmente por crianças e adolescentes que acumulam riscos ao longo de suas vidas até apresentarem doenças crônicas precocemente. Quando o Ministro da Saúde aparece na grande imprensa ao lado da empresa, promove confusão, deseduca a população.

A atual geração de crianças estadunidenses talvez seja a primeira, na história dos EUA, a viver menos tempo do que seus próprios pais. Se o governo brasileiro não adotar medidas rigorosas para ao menos frear o avanço da obesidade entre a população, de acordo com pesquisas conduzidas por este Ministério, em aproximadamente 12 anos o Brasil estará neste mesmo patamar. Isto implica não só uma maior sobrecarga nos agravos que provocam mortes e sofrimento de milhões de brasileiros, mas numa sobrecarga colossal sobre o sistema de saúde que até mesmo em países ricos comprometeria a economia e seu desenvolvimento.

Quando o Ministro da Saúde aparece na grande imprensa como parceira de empresas como o McDonald's está na prática veiculando mensagem para a população que contradiz a promoção da alimentação saudável e de outras políticas do governo federal, tais como o Programa de Aquisição de Alimentos e o Programa Nacional de Alimentação Escolar. Esses programas buscam valorizar o consumo de alimentos frescos, regionais e próprios de cada bioma brasileiro. É óbvio que as empresas são as maiores beneficiadas pela "parceria", uma vez que se utilizam do título de "amiga da saúde" para passar uma mensagem positiva para os seus consumidores, estimulando ainda mais o consumo dos produtos que comercializam.

Esperamos que o Ministro de Estado da Saúde compartilhe de nossa preocupação e desvincule imediatamente as marcas, programas e imagem do Ministério da Saúde do Brasil da marca, produtos e campanhas da empresa McDonald's.

A população brasileira, em especial nossas crianças, contam com seu apoio para proteger as políticas públicas da interferência de interesses comerciais centrados no lucro proveniente de modos de consumo e produtos que comprometem o bem-estar, saúde e o direito humano à alimentação do povo brasileiro.

Atenciosamente,

Frente pela Regulação da Publicidade de Alimentos
<http://regulacaoalimentos.blogspot.com/>