

Senhor Ministro Alexandre Rocha Santos Padilha, acabamos de tomar conhecimento do envolvimento do Ministério da Saúde em campanha publicitária da rede de lanchonetes da empresa McDonald's no Brasil.

A nosso ver, este envolvimento não se coaduna com o histórico do Ministério da Saúde na promoção da segurança alimentar e nutricional da população brasileira e com a elogiável prioridade que sua gestão tem consignado para a promoção da alimentação saudável e para o controle das doenças crônicas não transmissíveis.

A campanha da rede McDonald's, à semelhança de outras estratégias de marketing empregadas pela mesma empresa, é extremamente nociva, em particular para crianças e adolescentes, que são o público alvo daquela rede.

Estamos nos referindo especificamente ao uso nas lojas da rede McDonald's de toalhas de bandeja que reproduzem, lado a lado, material educativo elaborado pelo Ministério da Saúde e publicidade dos produtos comercializados pela rede.

Como o senhor poderá facilmente verificar, em um dos lados da toalha há mensagens que exaltam a importância para a saúde da prática de atividade física, da ingestão de água, do sono, da proteção contra a exposição excessiva ao sol e da alimentação saudável. Junto a essas mensagens, são mostrados o símbolo da empresa e seu slogan 'amo muito tudo isso', o *website* e o Disque-Saúde do Ministério da Saúde e a referência ao Ministério como fonte das mensagens educativas.

No verso da toalha, há a reprodução do cardápio dos produtos oferecidos pela rede - sanduíches, batatas fritas, saladas, molhos, bebidas e sobremesas - com informações (em letras miúdas) sobre sua composição nutricional. Essas informações são encimadas pela frase 'Veja aqui os componentes nutricionais da sua refeição'. Abaixo do cardápio, há um quadro com o título: 'Veja algumas informações nutricionais interessantes'. Neste quadro apresenta-se a composição nutricional do que, para a rede McDonald's, seriam 'outros alimentos do seu dia a dia'. Esses alimentos incluem 'coxinha', 'empadinha', 'pastel', 'pizza' e 'feijoada tradicional'.

É ocioso notar que o objetivo dessa campanha da rede McDonald's é associar o consumo dos produtos que ela comercializa a comportamentos saudáveis e a induzir o consumidor a pensar que esses produtos deveriam ou poderiam ser consumidos frequentemente ('alimentos do dia a dia') e a negar que eles pudessem ser menos saudáveis do que alimentos tradicionais da dieta brasileira. Ainda mais ociosa é a constatação de que a inscrição dos símbolos do Ministério da Saúde no material publicitário da empresa legitima a campanha e aumenta em muito sua eficácia.

Senhor Ministro, a própria composição nutricional do cardápio da rede McDonald's, descrita nas toalhas, revela quão enganosa é esta campanha publicitária. Por exemplo, a ingestão de um Big Mac (que não é o maior dos sanduíches oferecidos no cardápio) acompanhada de uma porção média de batatas fritas, de um copo médio de refrigerante e de uma porção pequena do sorvete com calda da rede fornece dois terços do total de calorias que um adulto poderia consumir ao longo de todo o dia e praticamente todas as calorias diárias necessárias para uma criança. Se a opção for pelo sanduíche Big Tasty e por porções grandes dos acompanhamentos e sobremesa, as calorias ingeridas em uma única refeição alcançam o limite superior estabelecido para um adulto em todas as refeições do dia. A situação fica ainda mais grave se o cálculo da composição nutricional envolver a ingestão de nutrientes que aumentam o risco de doenças cardiovasculares, diabetes e outras graves doenças crônicas. Por exemplo, o consumo de um único Big Tasty corresponde, segundo recomendações da Organização Mundial de Saúde adotadas pela ANVISA,

a 63% de todo o sódio que o indivíduo poderia ingerir por dia e a 109% da ingestão diária máxima de gorduras saturadas.

Como certamente é do seu conhecimento, as pesquisas de orçamentos familiares do IBGE vêm mostrando que alimentos tradicionais e saudáveis da dieta brasileira, como a mistura arroz e feijão, vem sendo crescentemente substituídos por bebidas e alimentos ultra-processados, que são densamente calóricos e têm conteúdo excessivo de gordura saturada, açúcar e sódio como a imensa maioria dos produtos comercializados pela rede McDonald's.

Senhor Ministro, essas mudanças no padrão alimentar da população brasileira colocam em risco importantes avanços obtidos pela Saúde Pública brasileira nas últimas décadas. O aumento epidêmico da obesidade é a expressão mais dramática das consequências do crescimento do consumo de alimentos ultra-processados. Na mais recente pesquisa do IBGE, realizada em 2008-2009 com a colaboração do Ministério da Saúde, constatou-se que apresentavam peso excessivo metade dos adultos brasileiros, um em cada cinco adolescentes e uma em cada três crianças de 5 a 9 anos de idade. Dados do sistema VIGITEL, operado pelo próprio Ministério da Saúde nas capitais de todos estados brasileiros e no Distrito Federal, indicam que, se nada for feito, em cerca de doze anos alcançaremos a situação calamitosa enfrentada pelos Estados Unidos, onde dois terços da população adulta têm excesso de peso.

Senhor Ministro, diante dos fatos brevemente relatados nesta carta e conhecedores do seu compromisso com a Saúde Pública, pedimos-lhe que ordene a imediata desvinculação das marcas, programas e imagem do Ministério da Saúde do Brasil da marca, produtos e campanhas da empresa McDonald's.

30 de Maio de 2011.

Carlos Augusto Monteiro
*Professor Titular da Universidade de
São Paulo e Membro da Academia
Brasileira de Ciências*

César Gomes Victora
*Professor Emérito da Universidade
Federal de Pelotas e membro da
Academia Brasileira de Ciências*

Malaquias Batista Filho
*Professor Emérito da Universidade
Federal de Pernambuco e Membro
do Conselho de Segurança Alimentar
e Nutricional (CONSEA)*