

Como as grandes corporações de produtos alimentícios sabotaram a Saúde Pública na Era da COVID-19 / **Resumo Executivo**

Apesar das evidências crescentes da necessidade de adotar dietas saudáveis, a pandemia da COVID-19 gerou uma oportunidade única para a indústria de alimentos e bebidas, no sentido de lucrar nos países de renda baixa e média. Durante a crise, empresas multinacionais como a Coca-Cola, McDonald's e Nestlé, entre outras, promoveram rapidamente os alimentos ultraprocessados não saudáveis e bebidas açucaradas.

Essas empresas gigantes têm adotado múltiplas estratégias de marketing durante a pandemia da COVID-19, apelando para sentimentos como nostalgia e conforto enquanto as pessoas ao redor do mundo permanecem dentro de casa, de quarentena. Os defensores de políticas de alimentação saudável já expressaram preocupação em relação a essas atividades da indústria alimentícia, que incluem, entre outras:

- **A combinação de “ações de solidariedade” com estratégias de marketing agressivo de marcas de *junk food* e bebidas açucaradas, o que tem ajudado a limpar a imagem das corporações (um fenômeno conhecido como “*nutri-washing*”, ou “lavagem nutricional”);**
- **O posicionamento dos alimentos e bebidas ultraprocessados enquanto “produtos essenciais”, embora não sejam alimentos saudáveis;**
- **A realização de atividades filantrópicas pelas empresas, ao mesmo tempo em que fazem lobby ativo contra as políticas de alimentação saudável e**
- **A doação de alimentos e bebidas ultraprocessados a populações vulneráveis, inclusive para crianças em programas escolares e outras populações de baixa renda, contribuindo ao agravamento de problemas de saúde, como obesidade, diabetes mellitus e doenças cardiovasculares e exacerbando a desnutrição pelo consumo de alimentos e bebidas com valor nutritivo baixo**

As estratégias de marketing dessas grande corporações têm explorado a vulnerabilidade dos consumidores durante a quarentena para promover a *junk food* como elixir durante esses tempos difíceis. Os empregados, trabalhadores e um público em busca de apoio e esperança encontraram nesses produtos uma fonte de consolo. No momento em que a higienização e a segurança alimentar tem sido preocupações prioritárias, a indústria tem promovido uma associação entre os conceitos de “*segurança dos alimentos*” e dos “*alimentos saudáveis*”. Essa mensagem enganosa ajudou a posicionar os alimentos e bebidas não saudáveis enquanto seguros e vitais para o consumo familiar. A indústria também

tem fortalecido seu papel como ator essencial no sistema de abastecimento de alimentos, ao destacar seu compromisso com a distribuição ininterrupta.

Embora a responsabilidade social corporativa possa beneficiar as comunidades, a indústria de alimentos e bebidas tem alavancado a pandemia da COVID-19 para criar alianças com agências governamentais e sociedade civil, o que avançou seus próprios interesses, seja direta ou indiretamente. A resposta da indústria às necessidades alimentares das populações mais vulneráveis nos países em desenvolvimento, muitos dos quais ainda se defrontam com necessidades sociais crescentes e o impacto econômico negativo da pandemia, tem sido a doação de alimentos embalados não saudáveis e bebidas açucaradas. Também tem doado e promovido fórmulas infantis, em uma violação do Código Internacional de Marketing de Substitutos do Leite Materno, na medida em que desincentiva o aleitamento materno e prejudica a nutrição na primeira infância.

Enquanto a COVID-19 se espalha pelo mundo, já surgiram dados mostrando que pessoas com obesidade e outras doenças relacionadas à dieta são mais suscetíveis a complicações e morte pela doença. Países que já estavam lutando contra a epidemia da obesidade enfrentaram a ameaça de uma população mais enferma, além de taxas de mortalidade mais elevadas. A pandemia também evidenciou como as políticas voltadas para ambientes alimentares mais saudáveis, entre as quais a rotulagem nutricional frontal, políticas de alimentação escolar saudável, restrições sobre marketing e impostos sobre *junk food* e bebidas açucaradas, ajudaram os consumidores a fazer escolhas alimentares mais saudáveis durante esse período crítico.

O relatório documenta como os gigantes da indústria de alimentos e bebidas têm explorado a COVID-19 para promover uma imagem própria enquanto cidadãos corporativos responsáveis. Também destaca como os protocolos fracos sobre conflitos de interesses e a falta de regulamentação para alimentos saudáveis em alguns países deixaram a porta aberta para a indústria sabotar os avanços em políticas de alimentação saudável. Finalmente, o relatório faz recomendações para governos e sociedade civil, voltadas para a proteção do direito a alimentos adequados e saudáveis. Os governos são instados a regular os programas de assistência alimentar durante as emergências públicas para assegurar cenários de formulação de políticas isentos de conflitos de interesses e implementar políticas de alimentação saudável com base nas recomendações internacionais.