

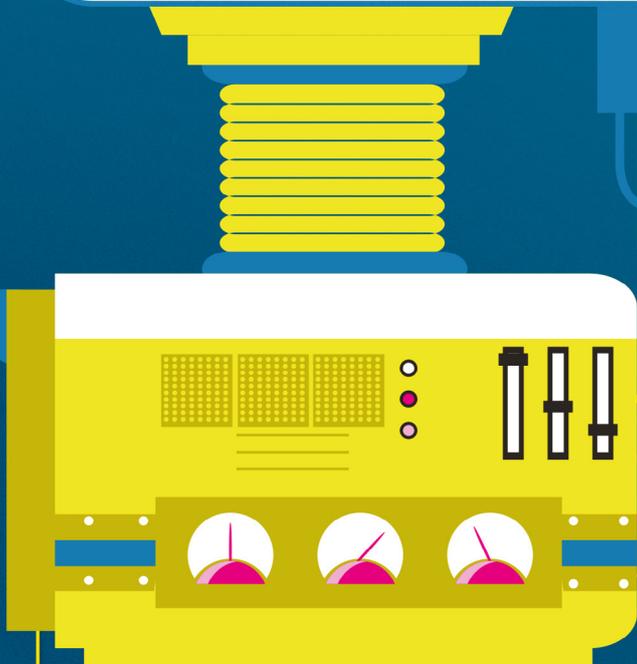
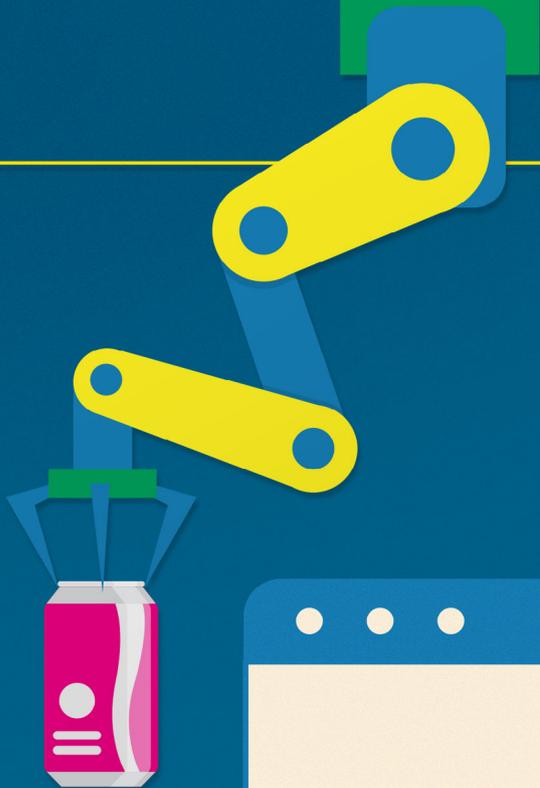
ACT
Promoção da Saúde

idec
instituto de defesa
de consumidores

DOSSIÊ BIG FOOD 2.0

COMO A INDÚSTRIA
INTERFERE EM **POLÍTICAS**
DE ALIMENTAÇÃO

2024



**Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)
(Câmara Brasileira do Livro, SP, Brasil)**

Dossiê big food 2.0 [livro eletrônico] : como a indústria interfere em políticas de alimentação / [organização Haydée Borges ; coordenação Laís Amaral, Marília Albiero]. -- 1. ed. -- São Paulo : ACT Promoção da Saúde, 2024. PDF

Vários colaboradores.
Bibliografia.
ISBN 978-65-996409-5-7

1. Agronegócio 2. Alimentação saudável
3. Alimentos - Indústria e comércio - Brasil
4. Conflitos de interesses 5. Indústria alimentícia - Brasil 6. Políticas públicas
I. Borges, Haydée. II. Amaral, Laís.
III. Albiero, Marília.

24-236618

CDD-338.1

Índices para catálogo sistemático:

1. Alimentos : Indústria : Economia 338.1

Aline Grazielle Benitez - Bibliotecária - CRB-1/3129

EXPEDIENTE



Coordenação:

Laís Amaral e Marília Albiero

Organização:

Haydée Borges

Pesquisa:

Anelize Moreira, Haydée Borges e Vitória Moraes

Redação:

Anelize Moreira e Haydée Borges

Supervisão:

Laís Amaral e Vitória Moraes

Projeto gráfico:

Coletivo Piu

Ano: 2024

AGRADECIMENTOS

Adriana Carvalho - ACT Promoção da Saúde

Ana Rocha - *Global Alliance for Incinerator Alternatives (GAIA)*

Aron Belinky - Fundação Getúlio Vargas (FGV)

Eduardo Nilson - Fundação Oswaldo Cruz (Fiocruz) e Núcleo de Pesquisas Epidemiológicas em Nutrição e Saúde da Universidade de São Paulo (Nupens/USP)

Ekaterine Karageogiadis - advogada independente

Fabíola Leal - Instituto Desiderata

João Peres - O Joio e o Trigo

John Wilkinson - Programa de Pós-Graduação de Ciências Sociais em Desenvolvimento, Agricultura e Sociedade da Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro (CPDA/UFRRJ)

Lorenza Longhi - Instituto de Defesa de Consumidores (Idec)

Marcello Baird - ACT Promoção da Saúde

Mariana Costa - O Joio e o Trigo

Marília Albiero - ACT Promoção da Saúde

Mateus Piva - Grupo Direito e Políticas Públicas da Faculdade de Direito da Universidade de São Paulo (GDPP/USP)

Nadine Marques - Cátedra Josué de Castro

Nydia Amador - *Costa Rica Saludable*

Paula Johns - ACT Promoção da Saúde

Rafael Eudes - Aliança Resíduo Zero Brasil

Raphael Barreto - Instituto Desiderata

Rob Ralston - *School of Social and Political Science, University of Edinburgh*

Thaís Diniz Oliveira - *Food Systems & Global Change, Cornell University*

Thays Araújo - Conselho Municipal de Segurança Alimentar e Nutricional de Niterói (COMSEA/RJ)



SUMÁRIO

Glossário de conceitos, siglas e abreviações	06
1. Prólogo	14
2. Apresentação	16
3. Introdução	18
4. Metodologia	25
5. Casos	32
5.1 ESG: Uma estratégia para limpar a barra da indústria dos impactos socioambientais de suas operações	33
5.2 Tratado global contra a poluição plástica enfrenta o desafio de cooptação por interesses corporativos	51
5.3 A indústria de produtos alimentícios <i>plant-based</i> e a falácia da saudabilidade e da sustentabilidade	70
5.4 A regulação de alimentos no Brasil e o <i>lobby</i> da indústria de alimentos	86
5.5 O projeto de lei das cantinas e o <i>lobby</i> da indústria de alimentos no ambiente escolar	102
5.6 <i>Naming Rights</i> : a ofensiva das corporações para se apropriar das cidades	118
5.7 Reforma tributária virou campo de batalha dos lobistas da alimentação no Brasil	133
5.8 <i>Scaling Up Nutrition</i> : os conflitos de interesse das parcerias público-privadas na luta contra a má nutrição	150
6. Reflexões e análises	164
6.1 <i>Advocacy</i> e regulação: Uma luz no fim do túnel	169
7. Passos para o futuro	176
8. Referências	178

GLOSSÁRIO DE **CONCEITOS**, **SIGLAS E ABREVIACÕES**

- **ABBI:** Associação Brasileira de Bioinovação
- **Abima:** Associação Brasileira das Entidades dos Mercados Financeiro e de Capitais
- **ABIA:** Associação Brasileira da Indústria de Alimentos
- **ABIAD:** Associação Brasileira da Indústria de Alimentos para Fins Especiais e Congêneres
- **ABICAB:** Associação Brasileira da Indústria de Chocolates, Amendoim e Balas
- **ABIAM:** Associação Brasileira da Indústria e Comércio de Ingredientes e Aditivos para Alimentos
- **ABIMAPI:** Associação Brasileira das Indústrias de Massas Alimentícias e Pão & Bolo Industrializados
- **ABIMAQ:** Associação Brasileira da Indústria de Máquinas e Equipamentos
- **ABIR:** Associação Brasileira das Indústrias de Refrigerantes e de Bebidas não Alcoólicas
- **ABIEC:** Associação Brasileira das Indústrias Exportadoras de Carnes
- **ABIPESCA:** Associação Brasileira da Indústria de Pescados
- **ABIQ:** Associação Brasileira das Indústrias de Queijo
- **ABF:** Associação Brasileira de *Franchising*
- **ABPA:** Associação Brasileira de Proteína Animal
- **Abras:** Associação Brasileira dos Supermercados

- **Abrasel:** Associação Brasileira de Bares e Restaurantes
- **ABRESI:** Associação Brasileira de Gastronomia, Hospedagem e Turismo
- **ACP:** ação civil pública
- **AFEBRAS:** Associação de Fabricantes Refrigerantes do Brasil
- **Agenda 2030:** é um plano de ação global adotado por todos os Estados-Membros da Organização das Nações Unidas (ONU) em 2015. Consiste em um conjunto de 17 objetivos de desenvolvimento sustentável (ODS) e 169 metas interligadas, projetadas para abordar os principais desafios enfrentados pelo mundo, incluindo a pobreza, a desigualdade, as mudanças climáticas, a degradação ambiental, as guerras e a injustiça.
- **ANIB:** Associação Nacional das Indústrias de Biscoito
- **ANR:** Associação Nacional de Restaurantes
- **Anvisa:** Agência Nacional de Vigilância Sanitária
- **Agetransp:** Agência Reguladora de Serviços Públicos Concedidos de Transportes Aquaviários, Ferroviários, Metroviários e de Rodovias do Estado do Rio de Janeiro
- **AGU:** Advocacia-Geral da União
- **Alerj:** Assembleia Legislativa do Estado do Rio de Janeiro
- **APC:** Atividade política corporativa
- **ASBRAN:** Associação Brasileira de Nutrição
- **ASSERJ:** Associação de Supermercados de Estado do Rio de Janeiro
- **B3:** Bolsa de Valores
- **BNDES:** Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social
- **Caeb:** Comercialização de Alimentos em Escolas Brasileiras
- **CIDI:** Contribuição de Intervenção no Domínio Econômico
- **CFN:** Conselho Federal de Nutrição
- **CFP:** Conselho Federal de Psicologia
- **CFS:** *Committee on World Food Security* (Comitê de Segurança Alimentar Mundial, em português)

- **CGPAN:** Coordenação-Geral da Política de Alimentação e Nutrição
- **CGU:** Controladoria-Geral da União
- **CNA:** Confederação da Agricultura e Pecuária do Brasil
- **CNI:** Confederação Nacional da Indústria
- **CNTUR:** Confederação Nacional do Turismo
- **Col:** conflito de interesses
- **Colansa:** Comunidade de Prática América Latina e Caribe Nutrição e Saúde
- **CONAR:** Conselho Nacional de Autorregulamentação Publicitária
- **COP 28:** Conferência das Partes da Convenção Quadro das Nações Unidas sobre Mudança Climática
- **CP:** consulta pública
- **CSN:** *Civil Society Network* (Rede da Sociedade Civil, em português)
- **CNSAN:** Conferência Nacional de Segurança Alimentar e Nutricional
- **CQCT:** Convenção-Quadro para o Controle do Tabaco
- **CVM:** Comissão de Valores Mobiliários
- **EUA:** Estados Unidos da América
- **DCNT:** doenças crônicas não transmissíveis
- **DHAA:** direito humano à alimentação adequada
- **DPDC:** Departamento de Proteção e Defesa do Consumidor
- **Dupla materialidade:** o conceito de dupla materialidade é uma análise feita sobre os impactos que as atividades das organizações geram no mundo ('externalidades') a partir de suas operações e o impacto do mundo nas organizações que podem representar riscos e oportunidades para o negócio.
- **EIA:** *Environmental Investigation Agency* (Agência de Investigação Ambiental, em português)
- **Embrapa:** Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária

- **ESG:** sigla em inglês para Environmental, Social and Governance, em português é traduzido como Ambiental, Social e Governança.
- **FAU/USP:** Faculdade de Arquitetura e Urbanismo da Universidade de São Paulo
- **Fiagro:** Fundos de Investimento do Agronegócio
- **FIPE:** Fundação Instituto Pesquisas Econômicas
- **Fiocruz:** Fundação Oswaldo Cruz
- **FBSSAN:** Fórum Brasileiro de Soberania e Segurança Alimentar e Nutricional
- **Fecomércio-RJ:** Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo do Estado do Rio de Janeiro
- **FGV:** Faculdade Getúlio Vargas
- **FPA:** Frente Parlamentar da Agropecuária
- **FNDE:** Fundo Nacional de Desenvolvimento da Educação
- **FNN:** Federação Nacional dos Nutricionistas
- **FSP/USP:** Faculdade de Saúde Pública da Universidade de São Paulo
- **GEE:** gases de efeito estufa
- **GFI:** *The Good Food institute*
- **GGALI:** Gerência-Geral de Alimentos
- **GPROP:** Gerência de Monitoramento e Fiscalização de Propaganda, Publicidade, Promoção e Informação de Produtos Sujeitos à Vigilância Sanitária
- **Greenwashing:** é um termo utilizado para descrever práticas de publicidade das empresas para criar uma imagem de responsabilidade ambiental por meio de alegações enganosas ou exageradas sobre seu compromisso com o meio ambiente, na tentativa de atrair consumidores preocupados com questões ambientais, ganhar uma imagem positiva ou até mesmo desviar a atenção de práticas não sustentáveis.

- **GRI:** sigla da *Global Reporting Initiative*, organização internacional que desenvolve e promove diretrizes para relatórios de sustentabilidade. A GRI é uma das principais autoridades globais no campo da elaboração de relatórios de sustentabilidade corporativa. Ela fornece um conjunto de indicadores para que as organizações comuniquem seus impactos sociais, ambientais e econômicos.
- **GSS:** *Global Support System* (Sistema Global de Suporte, em português)
- **GT:** grupo de trabalho
- **IBGE:** Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
- **ICMS:** Imposto sobre Circulação de Mercadorias e Serviços
- **Idec:** Instituto de Defesa de Consumidores
- **Imazon:** Instituto do Homem e do Meio Ambiente da Amazônia
- **IN:** Instrução Normativa
- **INC:** *Intergovernmental Negotiating Committee* (Comitê Intergovernamental de Negociação, em português)
- **Insper:** Instituto de Ensino e Pesquisa
- **IPCA:** Índice Nacional de Preços ao Consumidor Amplo
- **IPI:** Imposto sobre Produtos Industrializados
- **ISE:** Índice de Sustentabilidade Empresarial
- **ISSB:** *International Sustainability Standards Board* (Conselho Internacional de Padrões de Sustentabilidade, em português)
- **ITAL:** Instituto de Tecnologia de Alimentos
- **Nupens/USP:** Núcleo de Pesquisas Epidemiológicas em Nutrição e Saúde da Universidade de São Paulo
- **NY:** Nova York
- **MAPA:** Ministério da Agricultura e Pecuária
- **MCTI:** Ministério da Ciência, Tecnologia e Inovação
- **MDS:** Ministério do Desenvolvimento e Assistência Social

- **MPF:** Ministério Público Federal
- **MPMT:** Ministério Público do Mato Grosso
- **MPSP:** Ministério Público do Estado de São Paulo
- **MPT:** Ministério Público do Trabalho
- **ObservaCol:** Observatório Brasileiro de Conflitos de Interesse em Alimentação e Nutrição
- **ODS:** são os 17 Objetivos de Desenvolvimento Sustentável incluídos na Agenda 2030, que fornecem um quadro abrangente para orientar os esforços dos países e da comunidade internacional em direção ao desenvolvimento sustentável até 2030. Os objetivos são: erradicação da pobreza; fome zero e agricultura sustentável; saúde e bem-estar; educação de qualidade; igualdade de gênero; água limpa e saneamento; energia limpa e acessível; trabalho decente e crescimento econômico; indústria, inovação e infraestrutura; redução das desigualdades; cidades e comunidades sustentáveis; consumo e produção sustentáveis; ação contra a mudança global do clima; vida na água; vida terrestre; paz, justiça e instituições eficazes; e parcerias e meios de implementação.
- **OMS:** Organização Mundial da Saúde
- **ONG:** organização não governamental
- **ONU:** Organização das Nações Unidas
- **OPAS:** Organização Pan-Americana da Saúde
- **Opep:** Organização dos Países Exportadores de Petróleo
- **OPSAN/UnB:** Observatório de Políticas de Segurança Alimentar e Nutrição da Universidade de Brasília
- **Oscip:** organização da sociedade civil de interesse público
- **PIB:** produto interno bruto
- **PL:** projeto de lei
- **PLANSAN:** Plano Nacional de Segurança Alimentar e Nutricional
- **PLP:** projeto de lei complementar

- **PNAE:** Programa Nacional de Alimentação Escolar
- **PNUMA:** Programa das Nações Unidas para o Meio Ambiente
- **RDC:** Resolução da Diretoria Colegiada
- **Rio Indústria:** Associação de Indústrias do Estado do Rio de Janeiro
- **RJ:** Rio de Janeiro
- **SAA:** sala de apoio à amamentação
- **SAN:** segurança alimentar e nutricional
- **SBN:** *SUN Business Network* (Rede de Negócio do SUN, em português)
- **SBP:** Sociedade Brasileira de Pediatria
- **Setrans:** Secretaria de Estado de Transportes
- **SDN:** *Sun Donor SUN* (Rede de doadores do SUN, em português)
- **SindRio:** Sindicato de Bares e Restaurantes do Rio de Janeiro
- **SindiNutri-SP:** Sindicato dos Nutricionistas do Estado de São Paulo
- **SMS:** SUN Movement Secretariat (Secretaria do Movimento do SUN, em português)
- **Socialwashing:** é um termo semelhante ao *greenwashing*, mas que se refere especificamente a práticas de publicidade das empresas para criar uma imagem de responsabilidade social ou compromisso com questões sociais, sem efetivamente abordar essas questões de forma significativa em suas operações. O *socialwashing* envolve a utilização de ações empresariais que aparentam promover o bem-estar social, a igualdade ou a justiça social, mas que podem ser superficiais, enganosas ou não sustentadas por ações concretas.
- **SP:** São Paulo
- **STF:** Supremo Tribunal Federal
- **SUN:** *Scaling Up Nutrition*
- **SUS:** Sistema Único de Saúde
- **TJSP:** Tribunal de Justiça de São Paulo

- **TPS** : tomada pública de subsídios
- **UFBA**: Universidade Federal da Bahia
- **UFMG**: Universidade Federal de Minas Gerais
- **UFMT**: Universidade Federal do Mato Grosso
- **UFPA**: Universidade Federal do Pará
- **UFPE**: Universidade Federal de Pernambuco
- **UFRJ**: Universidade Federal do Rio de Janeiro
- **FRGS**: Universidade Federal do Rio Grande do Sul
- **UFS**: Universidade Federal do Ceará
- **UFSC**: Universidade Federal de Santa Catarina
- **UnB**: Universidade de Brasília
- **UNFCCC**: Convenção-Quadro das Nações Unidas sobre a Mudança do Clima
- **UNICAMP**: Universidade Estadual de Campinas
- **UNN**: *United Nations Nutrition* (Nações Unidas Nutrição, em português)
- **USP**: Universidade de São Paulo
- **Vigitel**: Sistema de Vigilância de Fatores de Risco e Proteção para Doenças Crônicas por Inquérito Telefônico
- **Washing**: o termo implica uma tentativa de lavar ou encobrir práticas reais menos positivas da empresa com uma imagem positiva ou “lavada” por meio de campanhas de publicidade e comunicação.
- **WWF**: *World Wide Fund for Nature*
- **ZFM**: Zona Franca de Manaus

1. PRÓLOGO

Vivemos em uma era marcada por uma grande interconexão global e pela influência onipresente de corporações transnacionais que produzem e comercializam insumos agroindustriais e produtos alimentícios e bebidas. Essas corporações transformaram o sistema alimentar, causando um deslocamento dos alimentos saudáveis e produzidos de maneira sustentável por produtos alimentícios ultraprocessados (aqui chamados de ultraprocessados), afetando negativamente a qualidade da dieta e diversos limites planetários pela destruição de florestas, práticas agrícolas intensivas, expansão de monoculturas, abuso dos recursos hídricos e outras atividades que não apenas destroem ecossistemas vitais, mas também aumentam as emissões de gases de efeito estufa (GEE), agravando a crise climática global. A isso se soma o uso indiscriminado de plásticos com os quais elas embalam seus produtos e que têm tornado essas corporações líderes globais na crise de poluição por causa desses compostos.

Essas empresas não apenas comercializam seus produtos de forma agressiva, mas também utilizam seu poder político e econômico, juntamente com uma série de estratégias sofisticadas de relações públicas e comunicação corporativa, para interferir nos esforços locais, regionais e globais que buscam regular e reverter os efeitos negativos que causam.

O presente Dossiê constitui a segunda entrega que o Instituto Brasileiro para a Defesa de Consumidores (Idec) e a ACT Promoção da Saúde apresentam, com casos de estudo que, de forma minuciosa e objetiva, documentam as estratégias com as quais a indústria responde aos esforços para implementar políticas alimentares e de saúde. Organizado em oito capítulos, este documento descreve como essas corporações investem em melhorar sua imagem pública com iniciativas voluntárias que prometem contribuir para o meio ambiente e para a sociedade, incluindo compromissos

de redução do uso de plásticos. Também detalha como elas têm gerado um *lobby* corporativo poderoso, uma estrutura de comunicação e outros mecanismos com os quais conseguem que políticas, projetos de lei (PL) e reformas que não são favoráveis aos seus interesses sejam rejeitados, modificados ou adiados. Outros aspectos abordados são a participação das corporações em iniciativas internacionais de nutrição pública e a comercialização de direitos de denominação a espaços públicos como formas de melhorar sua imagem, penetrando na vida urbana e mercantilizando o espaço coletivo em detrimento da memória e identidade comunitária.

Em resumo, este Dossiê oferece uma visão profunda e crítica sobre as estratégias sofisticadas que as corporações de produtos alimentícios e bebidas e do agronegócio implementam para evitar regulamentações, defender seus interesses e melhorar sua imagem, enquanto interferem nos esforços de política social. Por isso, é uma obra inestimável para grupos de acadêmicos, organizações da sociedade civil, implementadores e outros atores sociais interessados na incidência política de saúde pública. Os autores não apenas documentam práticas corporativas e seus impactos, mas também fazem um chamado à ação, defendendo uma regulamentação mais rígida, maior transparência e resistência ativa contra táticas de *lobby* e *marketing* enganosas.

Somente por meio de um esforço coordenado, livre de conflitos de interesse (CoI) e no qual o direito à alimentação saudável e sustentável prevaleça sobre os interesses comerciais, poderemos mitigar os efeitos prejudiciais dessas indústrias e avançar em direção a um futuro mais saudável e equitativo.



Simón Barquera,

Diretor do *Centro de Investigación en Nutrición y Salud (CINyS)*, *Instituto Nacional de Salud Pública (INSP)*, México
Presidente Eleito da *World Obesity Federation (WOF)*

2. APRESENTAÇÃO

Os maiores problemas de saúde da população na atualidade estão diretamente relacionados ao sistema alimentar, desde as formas de produção e distribuição de alimentos até a qualidade dos alimentos ofertados e consumidos. Um estudo divulgado pelo periódico *Lancet* estima que, em 2022, mais de um bilhão de pessoas viviam com obesidade no mundo. A condição entre adultos mais do que dobrou desde 1990 e quadruplicou entre crianças e adolescentes de cinco a 19 anos. Além disso, o baixo peso ainda é um grave problema nos países mais pobres, mas a proporção de crianças e adolescentes afetados caiu cerca de um quinto em meninas e mais de um terço em meninos. Em adultos, a proporção caiu mais da metade^{1,2}.

Dois anos após o lançamento da primeira versão do Dossiê *Big Food*, nada mudou no sistema alimentar hegemônico, que continua favorecendo o lucro e a concentração de poder a um pequeno grupo de corporações que representam a *Big Food*, a *Big Soda* e o *Big Agro* e são responsáveis por ultraprocessados, agrotóxicos e sementes transgênicas. Enquanto essas corporações aumentam seu faturamento e poder político, expandindo sua presença nos cinco continentes, seus negócios contribuem para a manutenção da fome e da má nutrição no mundo e reforçam questões estruturais relacionadas à desigualdade social e à má distribuição de renda. Nesse sistema alimentar profundamente concentrado e desigual, poucas corporações detêm influência política e têm seus interesses econômicos privilegiados em detrimento dos interesses e necessidades de grupos majoritários, porém marginalizados³.

Recentemente, o periódico *Lancet* publicou uma série de artigos trazendo uma definição sobre os determinantes comerciais da saúde, que compreendem estratégias e práticas adotadas pelas corporações para maximizar seus lucros, na maioria das vezes em detrimento da saúde pública⁴. Esse conceito considera ações como a promoção agressiva de produtos nocivos à saúde (como tabaco, álcool e ultraprocessados), a influência sobre políticas públicas e regulamentações por meio do *lobby* e do financiamento de campanhas políticas, e a disseminação de informações enganosas para manipular a opinião pública e científica⁵. Neste Dossiê, apresentamos casos que ilustram e exemplificam de forma prática como tais ações podem repercutir negativamente na saúde da população, contribuindo com o aumento da incidência de doenças crônicas

não transmissíveis (DCNT) e ampliando as desigualdades em saúde. Trazer luz a estes casos auxilia no reconhecimento das estratégias utilizadas e contribui na formulação de políticas públicas que priorizem a saúde da população sobre os interesses comerciais, promovendo dietas mais saudáveis e sustentáveis.

Além das consequências desastrosas para a saúde pública, o sistema alimentar vigente também acarreta expressivos danos ambientais e sociais. A produção intensiva de *commodities* e a pecuária industrial contribuem significativamente com o processo de desmatamento, com a emissão de GEE e com a perda da biodiversidade. Socialmente, esse sistema acentua desigualdades, expulsando pequenos agricultores de suas terras e criando condições de trabalho precárias. Para alcançar um sistema alimentar socialmente justo e ambientalmente sustentável, são necessárias mudanças profundas no modelo de produção e de distribuição de alimentos, além da implementação de políticas que favoreçam uma alimentação adequada e saudável, fortalecendo a agricultura familiar, aumentando a disponibilidade de alimentos *in natura* e dificultando o acesso a ultraprocessados.

Com esse relatório, produzido por pesquisadoras e consultoras especialistas, o objetivo é exemplificar atividades políticas corporativas (APC) e Col usados sistematicamente para atravancar as agendas públicas promotoras da alimentação adequada e saudável. Assim como na primeira versão deste documento, apresentamos oito casos que demonstram os diversos argumentos, táticas e estratégias empregados por representantes da *Big Food*, da *Big Soda* e do *Big Agro* para bloquear ou retardar regulamentações que promovam dietas mais saudáveis. Esperamos que a leitura deste Dossiê contribua para uma visão mais clara sobre essas práticas e que, dessa forma, seja possível demandar mais transparência dos tomadores de decisão, além de exigir a implementação de políticas baseadas em evidências e livres de Col, e que contribuam com a promoção de um sistema alimentar que priorize a saúde e o bem-estar da população.



Marília Sobral Albiero,

Coordenadora de Inovação e Estratégia da ACT Promoção da Saúde



Laís Amaral,

Coordenadora do Programa de Alimentação Saudável e Sustentável do Instituto de Defesa de Consumidores (Idec)

3. INTRODUÇÃO

As práticas e políticas das corporações transnacionais de alimentos, bebidas e do agronegócio (identificados neste Dossiê como *Big Food*, *Big Soda* e *Big Agro*, respectivamente) são, em sua maioria, prejudiciais à saúde humana e planetária por serem causadoras de níveis crescentes de doenças evitáveis, desigualdade social e de saúde⁶. Além disso, contribuem com o desmatamento e com a emissão de GEE; o uso de fertilizantes químicos e de agrotóxicos contaminam solos, águas e adoecem pessoas; e também são responsáveis pela produção excessiva de lixo, especialmente por causa do uso indiscriminado de plástico nas embalagens de seus produtos.

A existência de tal cenário é possibilitada pelos modelos político e econômico em que vivemos, que estão sujeitos a APC da *Big Food*, da *Big Soda* e do *Big Agro*, grupos extremamente poderosos, capazes de influenciar atores políticos na tomada de decisão e de prejudicar a população para terem seus interesses

econômicos atendidos. Desta forma, interesses privados são colocados acima do bem-estar da sociedade, evidenciando o Col que desvia a obrigação da função pública de garantir saúde para a população, além da promoção da justiça social e preservação do meio ambiente e, consequentemente, do planeta.

57 mil mortes prematuras no Brasil, por ano, são atribuíveis ao consumo de produtos alimentícios ultraprocessados

Para se ter uma ideia, um pequeno número de corporações transnacionais domina a maioria dos setores de negócios e tem mais dinheiro do que muitos governos nacionais⁷. Juntas, essas corporações são responsáveis pela oferta de ultraprocessados, que têm seu consumo associado a

um risco aumentado de DCNT como obesidade, doenças cardiovasculares, câncer, diabetes, além de mortalidade por todas as causas^{8,9,10}. Em 2022, um estudo calculou o número de mortes prematuras por ano no Brasil atribuíveis ao consumo desses produtos entre pessoas de 30 a 69 anos. O resultado foi impressionante: 57 mil, maior do que o total de mortes por homicídios (45,5 mil) ou por acidentes de trânsito (30 mil) no

mesmo período (2019)¹¹.

Neste Dossiê, são abordados casos que vão além das APC clássicas de interferência da *Big Food*, da *Big Soda* e do *Big Agro* nas políticas de alimentação, pelo *lobby* e por outras estratégias usadas para influenciar direta e indiretamente políticas que priorizem o lucro em detrimento da saúde da população e do meio ambiente. Também são evidenciados casos que mostram como essas transnacionais são capazes de adaptar estratégias corporativas de acordo com as preocupações e demandas da sociedade. A prática de *greenwashing*, por exemplo, embora seja usada pelas corporações desde a década de 1970¹², torna-se mais relevante à medida em que as preocupações com as mudanças climáticas e com a sustentabilidade ambiental ganham destaque no interesse público, sendo incorporada às novas estratégias adotadas (como ESG, por exemplo). Essas estratégias não resultam em nenhum efeito prático, mas contribuem para a imagem corporativa diante do público e dos investidores. Neste sentido, é importante destacar o surgimento de novos atores que interferirem diretamente no cenário de alimentação e nutrição: o mercado financeiro, com valorização de práticas corporativas que não necessariamente estão relacionadas ao bem-estar e saúde das pessoas e do planeta, mas ao lucro e à produ-



tividade;
as *foodtechs*
e *startups*, que desenvolvem produtos alimentícios baseados em novas tecnologias e criam modelos de negócios cada vez mais lucrativos, aproveitando-se de oportunidades de mercado e do aparecimento de novos nichos, sem qualquer compromisso com saúde e sustentabilidade.

Um exemplo deste tipo de situação pode ser visto no caso que trata de sobre ESG (em inglês *Environment, Social and Corporate Governance*, traduzido como ambiental, social e governança), que está ligado ao capitalismo de *stakeholders* e objetiva estabelecer iniciativas que agreguem valor às corporações, o que não necessariamente significa uma efetividade a longo prazo. Não existem definição ou parâmetros para estabelecer o que é e como pode ser mensurado o ESG, nem seus impac-

tos reais na sociedade e no meio ambiente. E, enquanto não há regulamentação, as próprias corporações definem como fazer, optando por implementar parâmetros que sejam favoráveis aos seus negócios e que legitimem suas práticas.

Muitos problemas sociais e ambientais causados pelas práticas comerciais da *Big Food* e da *Big Soda* podem ter suas consequências mensuradas e algumas são irreversíveis. A poluição por plástico, por exemplo, é um problema global que ameaça a biodiversidade e o futuro das próximas gerações, causando impactos ao clima, à biodiversidade, à saúde humana e à justiça social. O relatório da organização internacional *Break Free from Plastic* lista as corporações responsáveis pela poluição plástica no meio ambiente e, entre dez maiores poluidoras do *ranking* de 2023, sete são representantes da *Big Food* e da *Big Soda*: Coca-Cola é a líder, seguida pela Nestlé, Unilever, PepsiCo, Mondelez International, Mars e Danone¹³. Reconhecendo a magnitude deste problema, durante a Assembleia das Nações Unidas para o Meio Ambiente em 2022, no Quênia, os países participantes decidiram criar um Tratado Global Contra a Poluição Plástica. Mas as negociações têm sido complexas e os setores com interesse no tema, como organizações da sociedade civil de interesse público e privado e da in-

dústria do petróleo, de alimentos e bebidas e de embalagens, precisam entrar em acordo para a criação de um instrumento internacional que deverá ser seguido por todos os países e considere todo o ciclo de vida do plástico, desde a sua fabricação até o seu descarte. Mas as negociações seguem e tudo indica que a conciliação de interesses para a conclusão do Tratado excederá o prazo inicial, que seria o final de 2024.

Por mais que as corporações aleguem preocupações sociais e ambientais, suas atividades são guiadas pelo lucro. Muitas representantes da *Big Food* têm investido no desenvolvimento de tecnologia para linhas de produtos *plant-based* (à base de plantas), orientadas pelo crescimento deste nicho de mercado. Segundo relatório do IPES-Food¹⁴, até 2025 a previsão é de que essas corporações movimentem US\$ 28 bilhões no mundo, sete vezes mais em comparação com 2020. O setor é tão lucrativo que tem atraído inclusive o *Big Agro*, representado por empresas como a JBS, a BRF e a Tyson Foods, que adquiriram *foodtechs* ou criaram estratégias para o desenvolvimento de linhas de produtos *plant-based*. Mas essa nova classe de produtos ainda não tem regulamentação específica no Brasil, o que pode levar à desinformação e afetar “o direito fundamental do consumidor à informação adequada

da e clara sobre os diferentes produtos e serviços, com especificação de suas características, composição e riscos”¹⁵. A composição de grande parte desses produtos é inadequada (com excesso de sódio e gorduras e a presença de aditivos como aromatizantes, corantes e emulsificantes), o que os caracteriza como ultraprocessados. Embora as corporações utilizem nas embalagens e materiais de divulgação alegações de saudabilidade, podem, portanto, causar impactos negativos para a saúde dos consumidores.

Dessa maneira, percebe-se que, além da regulação dos produtos, mostra-se fundamental também a regulação da publicidade de alimentos no Brasil, mas esta pauta enfrenta forte resistência das corporações. A Agência Nacional de Vigilância Sanitária (Anvisa) chegou a publicar um regulamento, a Resolução da Diretoria Colegiada (RDC) nº 24, de 2010, que trata da publicidade de alimentos no país. Porém, regular esta atividade significa lidar com setores extremamente lucrativos e politicamente influentes. Organizadas por meio de suas associações representativas, a *Big Food* e a *Big Soda*, juntamente com o Conselho Nacional de Autorregulamentação Publicitária (CONAR), usaram toda a sua influência política e econômica por meio de APC para impedir que

a regulação afetasse seus lucros. A Anvisa enfrentou diversas movimentações contrárias à RDC desde o início do processo, em 2005, e após a sua publicação, teve que lidar inclusive com a judicialização da norma, que acabou suspensa por quase 10 anos. Somente em 23 de julho de 2023, o advogado-geral da União, Jorge Messias, aprovou o parecer que reconheceu sua legalidade. Porém, após tantos anos de embates, a RDC nº 24 encontra-se enfraquecida e o parecer final da Advocacia-Geral da União (AGU) quanto à sua legalidade passou quase despercebido.

Outra tentativa de regulação que se refere a ultraprocessados, mas dessa vez bem sucedida, diz respeito ao PL nº 1.662 de 2019, que tinha como um dos objetivos combater a obesidade infanto-juvenil impedindo o fornecimento de ultraprocessados a crianças nas escolas municipais públicas e privadas do Rio de Janeiro (RJ). O PL das Cantinas, como ficou conhecido, teve um curto período



de tramitação, mas sua aprovação foi precedida de Col da indústria de alimentos e bebidas e exigiu a conciliação entre interesses da sociedade civil e do setor regulado, que resultou na retirada de pontos importantes propostos no PL que afetariam diretamente a forma como os produtos são expostos e são acessados nas proximidades das escolas.

A presença das corporações nos ambientes urbanos, principalmente por meio de estratégias de *marketing*, contribui para o reconhecimento no mercado e aumento de vendas de marcas e produtos. Uma dessas estratégias, que ganha cada vez mais espaço no Brasil, crescente das corporações no Brasil, que consiste em promover publicidade disfarçada a partir de *naming rights* (direito de uso do nome). Do Estádio MorumBis em São Paulo (SP) à Estação de Metrô Botafogo/Coca-Cola no RJ, esta estratégia de divulgação baseada na renomeação de espaços públicos de grande circulação de pessoas está relacionada à privatização desses espaços e sua exploração econômica. Além das inúmeras questões que o tema gera sobre ser um tipo de publicidade disfarçada e abusiva, geralmente de produtos alimentícios cujo consumo é incompatível com a promoção de segurança alimentar e nutricional

(SAN), pode ainda resultar em conflitos relacionados à memória e aos marcos espaciais das cidades.

Como abordado nos casos anteriores, a conciliação de interesses entre a *Big Food*, a *Big Soda* e o *Big Agro* e a sociedade civil também está presente no texto sobre a reforma tributária. Promulgada pelo Congresso Nacional em dezembro de 2023, mesmo após 35 anos do início dos debates, eles ainda não acabaram. Um dos pontos mais polêmicos diz respeito ao imposto seletivo para produtos nocivos à saúde e ao meio ambiente. De um lado, as corporações tentam convencer o governo, por meio do uso de APC, que a tributação deve ser a mesma para todos os tipos de alimentos (alimentos *in natura* ou minimamente processados, ingredientes culinários processados, alimentos processados e ultraprocessados, com o argumento de garantir a SAN da população. Entretanto, este discurso não está alinhado com as recomendações do Guia Alimentar para a População Brasileira, que, publicado há 10 anos, já orientava que os ultraprocessados deveriam ser evitados devido à associação de seu consumo à incidência de DCNT. Tal orientação, inclusive, foi adotada pelo Governo Federal para a composição da nova cesta básica, que inclui apenas alimentos

in natura ou minimamente processados e ingredientes culinários processados, sendo vedada a inclusão de ultraprocessados. Porém, o Estado enfrenta uma longa batalha de negociação entre Col da *Big Food*, da *Big Soda* e do *Big Agro*, comprometidos com o lucro, e o interesse público de garantir que os alimentos saudáveis sejam mais acessíveis e cheguem até a mesa dos brasileiros.

O acesso a alimentos saudáveis é uma preocupação mundial e é prejudicado por questões como a pobreza, a desigualdade social e a distribuição inadequada de alimentos. Uma das principais consequências é a má nutrição, um dos problemas de saúde mais graves do mundo. Existem diversas iniciativas para lidar com a questão, como o movimento *Scaling Up Nutrition* (SUN), lançado em 2010 pelo então Secretário-Geral das Nações Unidas, Ban Ki-moon, com o objetivo de acabar com todas as formas de má nutrição. O programa adota uma abordagem multissetorial e recebe financiamento de corporações transnacionais e de fundações que também financiam pesquisas sobre novas sementes, agrotóxicos e insumos agrícolas. Desta forma, a autonomia dos países em desenvolver estratégias e políticas que possam combater o problema da má nutrição de maneira es-

trutural, considerando suas próprias especificidades e potencialidades, pode ser diretamente influenciada e enfraquecida. Faltam informações sobre como o SUN lida com os Col de seus financiadores e seus países membros e quais são os mecanismos de avaliação, monitoramento e prestação de contas do programa. A força deste tipo de iniciativa deveria ser explorada de forma mais adequada pelas Nações Unidas, com a criação de regras claras de engajamento, possibilitando a criação e o fortalecimento de espaços de governança nos países membros a partir da cooperação técnica e do uso dos recursos financeiros de maneira ética e transparente.

A criação de ambientes alimentares saudáveis passa pela disponibilização e pela facilidade de acesso a alimentos *in natura* ou minimamente processados, mas também pelo reconhecimento e pela identificação com as marcas e os produtos disponíveis. Neste sentido, a publicidade



é uma estratégia fundamental das grandes corporações para se aproximar e conquistar consumidores. Mas, conhecendo os danos que tais produtos causam à saúde, governos devem intervir criando políticas governamentais capazes de contribuir com a redução do seu consumo, resistindo às estratégias e APC utilizadas pela *Big Food*, pela *Big Soda* e pelo *Big Agro*, que visam o lucro em detrimento da saúde humana e planetária.

Em comum, assim como na primeira versão do Dossiê, repetem-se atores e estratégias, sempre com interesses comerciais como norteadores das ações. Portanto, ao sistematizar as informações sobre as APC usadas das corporações, é possível compreender seus mecanismos de ação e, a partir daí, formular propostas para enfrentar os desafios impostos à saúde pública e à sustentabilidade do planeta.



4. METODOLOGIA

Os oito casos selecionados para serem apresentados neste Dossiê, assim como na sua primeira versão, apresentam APC nos casos de interferência da *Big Food*, da *Big Soda* e do *Big Agro*, tanto na elaboração quanto na implementação de políticas de saúde pública. Além de casos clássicos de conflitos de interesses e da interferência dessas corporações em políticas públicas, este documento traz casos em que APC são menos evidentes, porém, ainda assim resultam em impactos relevantes para a sociedade. Todos os temas abordados fazem parte da agenda de atuação da Aliança pela Alimentação Adequada e Saudável, da qual o Idec e a ACT Promoção da Saúde fazem parte.

O Dossiê *Big Food 2.0*, assim como sua primeira versão, baseou-se em uma abordagem multimétodo, que consiste na consulta a dados secundários, como dados públicos de documentos oficiais do governo, *websites* oficiais de associações e indústrias, artigos científicos, matérias jornalísticas, além da realização de entrevistas semiestruturadas a pelo menos dois especialistas da sociedade civil e/ou academia, em cada um dos casos, que vivenciaram e/ou estudaram os temas em questão. Em todos os casos a identificação de APC e situações de interferência da

indústria e conflitos de interesse são comprovados a partir de documentos públicos.

Dessa vez, para a classificação das APC, utilizou-se uma adaptação da categorização proposta por Ulucanlar e colaboradores (2023)¹⁶, que, a partir de uma síntese interpretativa de 24 artigos (inclusive o de Mialon e colaboradores (2018)¹⁷ utilizado na primeira versão do Dossiê), desenvolveram duas taxonomias: uma sobre estratégias de enquadramento e outra sobre ações estratégicas, apresentadas nas Tabela 1 e 2. Na primeira, as estratégias são classificadas em uma dicotomia simplista: as intenções, os valores e as ações das corporações são “boas”; enquanto as dos proponentes de políticas públicas que regulam produtos e serviços da indústria são questionáveis ou “más”. Já a segunda, trata sobre ações estratégicas e mecanismos usados pela indústria para interferir na formulação de políticas públicas, com o objetivo de alinhar essas concepções aos interesses corporativos.

Em todos os casos foram identificados mais de um tipo de APC, apesar de nem todos estarem presentes em todos os casos. As APC são sistematizadas ao final de cada um dos textos, com a devida classificação e exemplos, com as respectivas fontes, que são indicadas nas referências.

■ Taxonomia das Estratégias de Enquadramento



BONS ATORES: CORPORAÇÕES



Estratégia de enquadramento

As corporações são entidades legais.

A indústria é um ator econômico chave.

A indústria é parte da sociedade.

A indústria é um ator legítimo nas formulações de políticas.

- › A indústria tem o direito de conduzir seus negócios dentro das leis e seguindo regulamentos;
- › As corporações funcionam como motor de crescimento econômico e prosperidade futura;
- › As corporações estão socialmente integradas no país/região e fazem parte de sua história;
- › As corporações entendem a necessidade de enfrentar questões de saúde, são razoáveis e estão dispostas a formar parcerias com o governo; têm expertise e informações que o governo precisa para elaborar políticas; precisam de acesso aos espaços de formulação de políticas e aos tomadores de decisão porque fazem parte da solução.

São representantes legítimos na produção científica.

São defensoras da saúde pública.

São socialmente responsáveis.

A indústria é vítima.

- › As corporações apoiam políticas baseadas em evidências; são atores científicos legítimos e têm expertise na ciência dos danos à saúde dos produtos e nas soluções; são recursos educacionais valiosos para a comunidade de saúde pública;
- › As corporações são responsáveis, comprometidas com a prevenção de DCNT e trabalham para reduzir os danos à saúde. As corporações apoiam as políticas propostas;
- › A indústria cria bem-estar ao investir no desenvolvimento social e econômico e está preocupada com a justiça social; é comprometida e essencial para o desenvolvimento sustentável.
- › As corporações são injustamente demonizadas.



OS 'MAUS' ATORES: PROPONENTES DE POLÍTICAS ESTATUTÁRIAS PARA TODA A POPULAÇÃO



Estratégia de enquadramento

Os formuladores de políticas desfavoráveis têm habilidades e motivações questionáveis.

Os profissionais de saúde pública têm habilidades e motivações questionáveis.

- Os formuladores de políticas podem ter boas intenções, mas são incompetentes ou equivocados, oferecendo medidas que contradizem as políticas existentes, são ineficazes, ilegais ou não estão em conformidade com as normas e padrões internacionais; são desonestos, por exemplo, querem arrecadar receita, não proteger a saúde pública, ou têm uma agenda oculta, como introduzir restrições a outros produtos ou indústrias; são autoritários e querem controlar a vida das pessoas;
- Cientistas são incompetentes ou não confiáveis, envolvendo-se em más práticas científicas e promovendo descobertas falsas ou enganosas; têm motivações ideológicas e possuem uma agenda anti-indústria/anti-livre-mercado; são fanáticos e desejam controlar a vida da maioria razoável/responsável.



O PROBLEMA "TRIVIAL" E "INDIVIDUAL": CRIADO POR UMA MINORIA DE CONSUMIDORES.



Estratégia de enquadramento

Os danos à saúde não são causados pelos produtos/serviços da indústria.

Prejuízos à saúde surgem dos padrões de consumo de minorias.

Os danos à saúde são exagerados.

- Os produtos/serviços fornecidos pela indústria são inofensivos ou causam problemas mínimos. Foram classificados/confundidos com outros produtos/ingredientes genuinamente prejudiciais; os problemas de saúde têm causas complexas que não podem ser atribuídas exclusivamente aos produtos ou serviços da indústria, que contribuem para a saúde, bem-estar e prazer de vida e estão alinhados com normas culturais e práticas e são utilizados de forma responsável pela maioria.
- Os danos à saúde resultam das escolhas erradas ou desinformadas e dos comportamentos irresponsáveis de indivíduos ou subpopulações. Os danos à saúde resultam de problemas cognitivos ou problemas de saúde física/mental.
- Os danos à saúde afetam apenas uma minoria e são exagerados pela comunidade de saúde pública. Existem problemas de saúde muito mais sérios e urgentes que o governo deveria priorizar.



A SOLUÇÃO ACEITÁVEL E “BOA”: FOCADA NO INDIVÍDUO, APOIA- DA PELAS CORPORAÇÕES.



Estratégia de enquadramento

As soluções devem visar os indivíduos, não populações inteiras.

As soluções devem ser autorregulamentadas e não atrapalhar os negócios.

- > A solução é ajudar indivíduos ou subpopulações “problemáticas” a mudar seus comportamentos de consumo por meio de informação, educação em saúde e promoção; “tratar” o consumo problemático usando intervenções direcionadas e abordagens de “redução de danos”.
- > A autorregulação e ações voluntárias por parte das corporações (em publicidade, *marketing*, rotulagem etc.) são mais eficazes e mais compatíveis com as operações comerciais.



A SOLUÇÃO INACEITÁVEL, “RUIM”: POPULAÇÃO INTEIRA, ESTATUTÁRIA.



Estratégia de enquadramento

As políticas são desnecessárias e inaceitáveis.

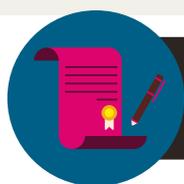
A formulação de políticas viola normas, regras e leis.

As políticas resultarão em perdas para as empresas, a economia e a sociedade.

A política irá falhar e ter consequências perversas.

- > A política é desnecessária porque as corporações se autorregulam e realizam intervenções de saúde pública. A regulamentação existente é suficiente e deve ser melhor aplicada antes que novas sejam criadas.
- > O governo não consultou suficientemente a indústria ou outros grupos e falhou em conduzir uma avaliação de impacto social e econômico. O órgão responsável pela regulamentação não tem autoridade legal para fazê-lo. A política é inconstitucional, impede direitos básicos e limita as liberdades básicas de um negócio legal.
- > A implementação da política será impossível de realizar de forma eficaz e aumentará o custo administrativo para os governos; reduzirá a competitividade, inovação e investimento e levará ao fechamento de empresas e a perda de empregos. Em países de baixa e média renda, impedirá o desenvolvimento econômico.
- > A política não funcionará ou não funcionou em outros lugares; causará confusão ou medo; aumentará o comércio ilícito e o contrabando ou incentivará compras de outros países.

Taxonomia das estratégias de ação¹⁸



ACESSAR E INFLUENCIAR A FORMULAÇÃO DE POLÍTICAS



Estratégias e mecanismos

Acessar e influenciar tomadores de decisão e espaços políticos

Tentar influenciar processos e resultados de políticas

Gerenciar espaços de formulações de políticas

- > Dar incentivos financeiros; buscar a captura regulatória; fazer *lobby* no Executivo e/ou no Legislativo; garantir que a legislação ocorra em jurisdições regulatórias mais favoráveis à indústria; entre outros.



USAR A LEI PARA OBSTRUIR POLÍTICAS



Estratégias e mecanismos

Utilizar instrumentos da lei antes e após a adoção de políticas

Utilizar a lei para minar a comunidade na formulação de políticas/saúde pública

- > Ameaçar/tomar medidas legais; interferir em instituições; obstruir ativistas de saúde pública; entre outros.



MOLDAR EVIDÊNCIAS PARA CRIAR DÚVIDAS



Estratégias e mecanismos

Minar e ofuscar pesquisas/informações desfavoráveis

Produzir ou patrocinar pesquisas/informações favoráveis

Ampliar e mesclar evidências favoráveis às corporações em suas narrativas e discursos públicos

- > Produzir críticas pseudocientíficas; deturpar evidências; marginalizar evidências desfavoráveis; ocultar evidências; deturpar normas científicas; criar literatura científica paralela; entre outros.



FABRICAR APOIO PÚBLICO PARA POSIÇÕES CORPORATIVAS



Estratégias e mecanismos

Coordenar e gerenciar estratégias industriais

Formar alianças empresariais

Garantir apoio além dos negócios

Fabricar aliados

Operar por meio de terceiros

Maximizar conteúdo favorável na mídia

- › Realizar campanhas gerenciadas profissionalmente; unir forças com empresas diretamente afetadas; criar grupos de fachada; acessar a mídia por meio de vínculos financeiros e relacionamentos e fornecer conteúdo, entre outros.



GERENCIAR REPUTAÇÕES EM BENEFÍCIO CORPORATIVO



Estratégias e mecanismos

Restaurar e cultivar reputações corporativas

Deslegitimar a comunidade de saúde pública

- › Substituir governos frágeis, usando seus recursos para oferecer produtos e serviços à população; buscar respeitabilidade por associação a indivíduos e organizações respeitáveis; atacar e difamar pesquisadores, defensores e organizações de saúde pública.



DESLOCAR E USURPAR A SAÚDE PÚBLICA

Desestabilizar a justificativa
para políticas estatutárias
sobre práticas corporativas

Implementar intervenções no
nível individual

Promover a “redução de danos”
como objetivo de saúde pública

Fornecer educação e treinamento
para profissionais de saúde pública

Enfraquecer a comunidade
de saúde pública

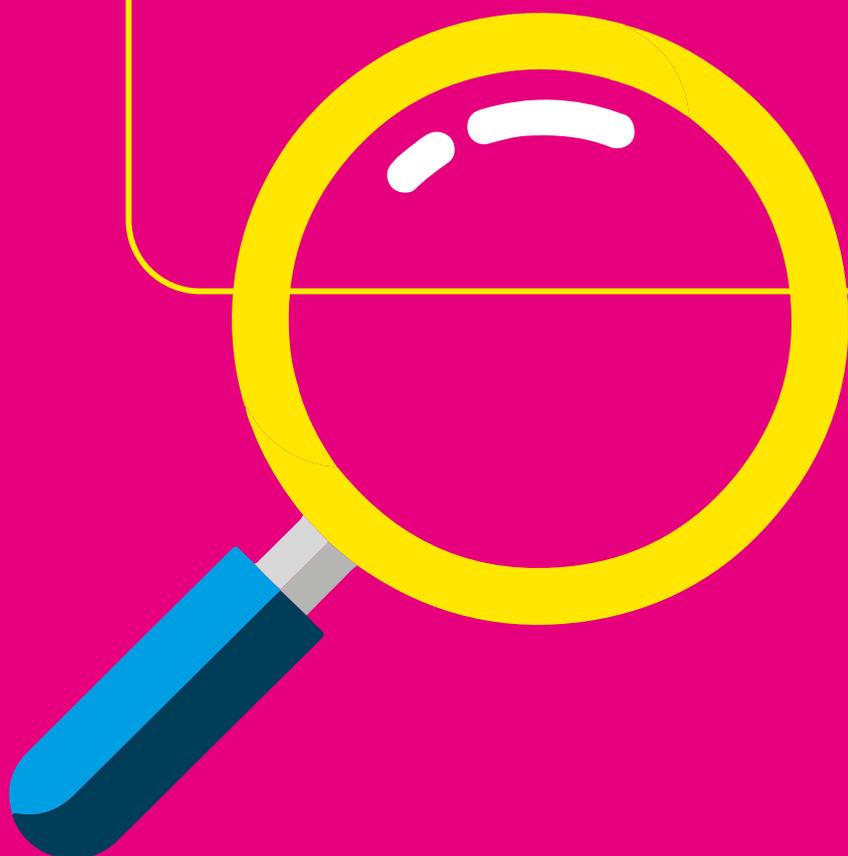


Estratégias e mecanismos

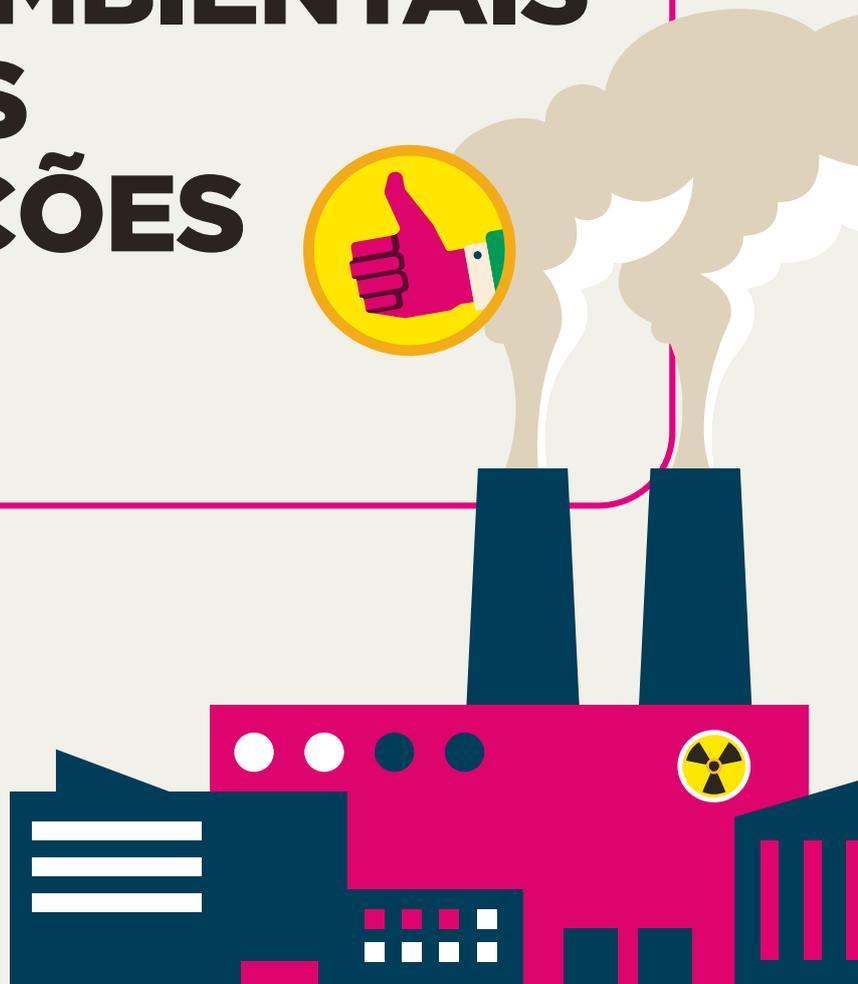
- › Buscar substituição de políticas; normalizar intervenções menos eficazes; desviar a atenção para questões secundárias; desenvolver produtos de “menor dano”; fragmentar a comunidade de saúde pública; monitorar e intimidar oponentes; entre outros.

5. CASOS

...



5.1 ESG: UMA ESTRATÉGIA PARA LIMPAR A BARRA DA INDÚSTRIA DOS IMPACTOS SOCIOAMBIENTAIS DE SUAS OPERAÇÕES



A partir de 2004, uma nova sigla em inglês surgiu no mundo dos negócios: ESG. Essas três letras que, em português, são traduzidas como ambiental, social e governança, desencadearam uma corrida desenfreada das empresas para a adequação das suas práticas corporativas à nova expressão cunhada pelo mercado financeiro. A projeção é que os investimentos voltados à prática de ESG aumentem em 84% entre 2022 e 2026, segundo dados da consultoria PwC¹⁹.

O conceito muitas vezes é entendido como uma substituição ao termo “sustentabilidade”, desgastado e esvaziado na última década. Mas, apesar dos termos serem semelhantes, eles não são sinônimos. ESG surge com o objetivo de ir além de práticas corporativas sustentáveis, com uma abordagem mais ampla, a chamada ‘dupla materialidade’ [ver Glossário] que considera o impacto da corporação sobre o mundo e o impacto do mundo na corporação²⁰. O objetivo é demonstrar que as corporações

estão comprometidas não só com o lucro e a competitividade, inerentes às regras de mercado, mas também com um modelo de governança mais responsável, transparente e com metas nas áreas social e ambiental.

A onda ESG justifica-se pelas pressões decorrentes dos problemas globalmente enfrentados, como as mudanças climáticas e as desigualdades sociais - problemas criados pelas próprias corporações -, que exigem mudanças no ambiente de negócios. Assim, as corporações passaram a ser avaliadas pelas suas práticas comerciais e incorporaram ações de ESG para fazer o gerenciamento da reputação e para obter legitimidade e credibilidade nos negócios. Entre os objetivos estão reduzir riscos financeiros e melhorar a imagem da corporação. A expectativa é de que empresas com fraco desempenho em ESG tenderão a perder

espaço, enquanto as que se destacarem positivamente serão cada vez mais valorizadas no mercado financeiro²¹.

O ESG surge pelas pressões decorrentes de problemas globalmente enfrentados, como as mudanças climáticas e as desigualdades sociais - problemas criados pelas próprias corporações -, que exigem mudanças no ambiente de negócios.

O anúncio de metas ambiciosas na tomada de decisões comerciais impulsionou os preços de ações e melhorou a reputação das corporações. Mas, ao longo dos anos, a sigla não alcançou mudanças substanciais em relação à responsabilidade empresarial, o que fez com que o movimento ESG passasse a ser acusado de praticar *greenwashing* e as falhas das corporações ficassem mais evidentes. Aron Belinky, especialista em Responsabilidade Social e Sustentabilidade Socioambiental, atribui isso à falta de critérios sobre como avaliar as práticas, o que pode aumen-

tar o risco de ações pouco efetivas e resultados ilusórios²².

A dimensão **ambiental (E)** envolve a gestão de impactos ambientais, como emissões de gases de efeito estufa e conservação de recursos naturais. A dimensão **social (S)** abrange o tratamento justo dos colaboradores, respeito aos direitos humanos e contribuição para o bem-estar das comunidades locais. A **governança (G)** refere-se à estrutura de gestão da empresa, incluindo transparência, ética nos negócios e diversidade nos conselhos administrativos e políticas de compliance²³.

O termo ESG refere-se a três critérios principais que são usados para avaliar a sustentabilidade e o impacto social das corporações e dos investimentos:

AMBIENTAL



(do inglês *Environmental*) Considera o impacto das atividades de uma empresa sobre o meio ambiente, como a emissão de GEE, a gestão de resíduos, o consumo de água, a conservação da biodiversidade, a eficiência energética, entre outros.

SOCIAL



Refere-se às práticas e às políticas de uma empresa em relação aos direitos humanos, às práticas trabalhistas justas, à diversidade e inclusão, à saúde e à segurança dos funcionários e comunidades locais, entre outros aspectos sociais.

GOVERNANÇA



Aborda a estrutura de governança corporativa de uma empresa, incluindo a transparência, a responsabilidade, a equidade, a ética nos negócios e o cumprimento das leis e regulamentos. Para isso, é necessário que as corporações sejam gerenciadas em conformidade com os interesses dos acionistas e de outras partes interessadas.



Apesar de se esforçarem para demonstrar esse comprometimento com as ações alinhadas a essa agenda, as corporações continuam aparecendo na mídia e sendo responsabilizadas por crimes ambientais, violação de direitos humanos, trabalho análogo à escravidão, invasão de terras indígenas, grilagem de terras e desmatamento, o que torna o discurso incoerente com o que é divulgado pelas empresas. Os impactos negativos são neutralizados para os investidores e a população no geral por meio de ações de publicidade com o uso indiscriminado de palavras-chave do mercado financeiro com o intuito de convencer de que, nos moldes atuais, as empresas estão atentas e comprometidas com o desenvolvimento sustentável. Em contrapartida, essas corporações atuam por meio do *lobby* nos espaços políticos para derrubar, atrasar e enfraquecer medidas regulatórias que se apliquem às suas operações.

O papel das empresas e de seus investidores na promoção de uma sociedade mais justa e igualitária é discutido em nível internacional desde os anos de 1970 e detalhado em múltiplos processos de diálogo e negociações das partes interessadas, especialmente durante as décadas de 1990 e 2000²⁴. O marco do ESG no mundo surgiu há 20 anos, a partir do

relatório intitulado *Who Cares Wins* (Quem se Importa Ganha), produzido pelo Pacto Global da Organização das Nações Unidas (ONU)²⁵, iniciativa composta por empresas e organizações de 160 países, em parceria com o Banco Mundial. Quem integra o Pacto Global da ONU assume a responsabilidade de contribuir para o alcance dos ODS, que têm metas relacionadas aos direitos humanos, à erradicação da pobreza, à luta contra a desigualdade e a injustiça, ao alcance da equidade de gênero e do empoderamento de mulheres e meninas e à ação contra as mudanças climáticas, entre outros temas.

Ao implementar o ESG, as corporações devem também implementar práticas relacionadas com os ODS, mas muitas vezes as ações não colaboram significativamente para mitigar os problemas sociais, ambientais e de governança e são apenas iniciativas pontuais, como ações de doações de alimentos, de combate à fome e reciclagem, entre outros. O texto 'Doações na pandemia de Covid-19', da primeira versão do Dossiê *Big Food*, mostra exemplos de como a *Big Food* usa ações solidárias como estratégia de *marketing*²⁶.

Apesar do objetivo em comum, a diferença entre ESG e a Agenda 2030 é que, enquanto o primeiro tem o propósito de garantir a perpetuidade da corporação como instrumento de geração de valor para seus acionistas e investidores ou proprietários, a Agenda 2030 traz uma abordagem mais ampla, com o propósito de que a riqueza produzida pela atividade econômica, além de ser gerada de maneira sustentável, seja também adequadamente distribuída pela sociedade, com diminuição das desigualdades e maior inclusão social²⁷.

Nas redes sociais, a busca e o debate sobre o tema ESG cresceram seis vezes de 2019 para 2020²⁸. Em 2019, a sigla contava com quatro mil menções na internet, e já nos primeiros meses de 2023 os registros chegaram a 109 mil, com um crescimento de 2.600% nas redes. Segundo o levantamento “A evolução do ESG no Brasil” realizado pelo Pacto Global da ONU em parceria com a consultoria Stilingue, mais de 78,4% das empresas no Brasil já adotaram as práticas de ESG. Porém, esse número não condiz com o impacto da agenda ESG para o país. Na pesquisa, ‘Alimentos e Bebidas, Agronegócio e Varejo’ estão entre os setores que estão mais engajados em ESG, com destaque para a Nestlé, a Ambev e a BRF.

ESG E AGENDA 2030 - QUAL A DIFERENÇA?

Enquanto o ESG tem o propósito de garantir a perpetuidade da corporação como instrumento de geração de valor para seus acionistas e investidores ou proprietários, a Agenda 2030 tem o propósito mais amplo, de que a riqueza produzida pela atividade econômica seja gerada de maneira sustentável e distribuída na sociedade, reduzindo as desigualdades e promovendo maior inclusão social.



5.1.1 ESG E AS CORPORAÇÕES DE ALIMENTOS E BEBIDAS

Um levantamento da Sodexo aponta que 89% dos brasileiros consideram a sustentabilidade no setor de alimentação um tema urgente²⁹. Porém, o estudo 'ESG no setor de alimentos e bebidas da KPMG'³⁰ analisou informações de 28 companhias com atuação no Brasil e mostrou que menos da metade das

corporações atingiram a pontuação em ESG (45,9%). Do total, 74,95% têm problemas de governança e 69,24% causam impactos ambientais negativos. O desempenho sobre incidentes oscila em torno de 80% para empresas nacionais e cerca de 60% para corporações internacionais. A pesquisa aponta que duas empresas foram autuadas nos últimos anos por adquirirem insumos provenientes de áreas embargadas, sendo identificadas multas e processos relacionados ao desmatamento ilegal, ao uso de mão-de-obra infantil e ao trabalho análogo à escravidão.

Mesmo as empresas que demonstraram avanços na implementação de ações de ESG apresentam contradições com as práticas. As opera-

Considerando apenas os custos diretos anuais das DCNT, o sobrepeso e a obesidade representam R\$ 1,5 bilhão para o SUS

ções e os produtos das transnacionais de alimentos têm como consequência problemas de saúde pública, como as DCNT, além da acentuação das desigualdades sociais e danos ambientais³¹. O sistema alimentar hegemônico global, no qual o Brasil é protagonista, é baseado na produção de commodities (trigo, soja

e milho), que servem de matéria-prima para a indústria de ultraprocesados e rações animais, têm impactos ao longo de toda a sua cadeia produtiva - do campo à mesa do consumidor - e promovem a devastação ambiental e as mais de 57 mil mortes no Brasil por ano devido ao consumo de ultraprocesados³².

O consumo de bebidas açucaradas também onera os cofres públicos: o sistema de saúde brasileiro gasta quase R\$ 3 bilhões por ano na atenção a pacientes com doenças provocadas pelo consumo dessas bebidas, o que equivale a 0,44% de tudo o que o Brasil investe em saúde por ano. Desse total, quase R\$ 140 milhões são usados na atenção a pessoas com obesidade e sobrepeso, e R\$ 2,86 bilhões com pacientes das

demais doenças associadas (diabetes tipo 2, doenças cardíacas, cerebrovasculares, doenças renais, asma, doenças osteomusculares e câncer). Considerando apenas os custos diretos anuais das DCNTs, o sobrepeso e a obesidade representam R\$ 1,5 bilhão para o SUS³³.

Na conta final e nos relatórios das empresas não entram os custos sociais, que em sua maioria são arcados pelo Estado e pelos indivíduos que têm suas vidas atravessadas pelos danos causados por seus produtos. Enquanto isso, as corporações envolvidas maximizam seus lucros e aumentam o desequilíbrio de poder em relação aos Estados, às organizações da sociedade civil e aos indivíduos. Com isso, o ESG tem sido considerado um *washing* (definido como “divulgação de informações parciais, incorretas, incompletas ou capazes de desviar a atenção de práticas irregulares relacionadas à responsabilidade socioambiental empresarial”³⁴) praticado por corporações que utilizam de estratégias de gerenciamento de reputação nas áreas ambiental, social e de governança. Um dos desafios na governança corporativa é a falta de transparência e a prestação de contas por meio de relatórios e auditorias independentes. A Pesquisa Global com Investidores 2023, realizada pela consultoria PwC, que

entrevistou mais de 340 investidores e analistas, apontou que as empresas estão falhando ao tentar incorporar princípios de ESG. Em 2022, 91% dos investidores brasileiros desconfiavam que os relatórios corporativos de sustentabilidade continham *greenwashing*. No ano seguinte, o índice de desconfiança subiu para 98%, mostrando uma redução na confiança perante às corporações³⁵. No mundo, esse índice é de 94%³⁶.

Uma estratégia de *greenwashing* é o investimento em produtos com rótulos e embalagens sustentáveis, com palavras-chave como “biodegradável”, “reciclável”, “verde” e “natural”. Um relatório da Market Analysis analisou a relação de produtos com apelo ecológico e informações enganosas nas embalagens. Os dados apontam que 34% dos produtos têm afirmações não comprovadas, e apenas 20% do conteúdo dos anúncios mostram de fato os resultados obtidos com suas ações e o investimento realizado³⁷.

Além do *greenwashing*, as corporações desempenham estratégias de *socialwashing*. As empresas acompanham as preocupações sociais que estão no debate público, não no sentido positivo de endereçar de fato respostas, mas para fins de publicidade. Ações de promoção à

diversidade, inclusão e equidade de gênero e racial com fins de estabelecer metas para tornar os ambientes corporativos mais equitativos são exemplos de *socialwashing*. Porém, mais de 70% das organizações não divulgam se têm programas de diversidade e cerca de 80% não têm representatividade de gênero igual ou superior a 20% em cargos de alta administração^{38,39}.

No Brasil, houve um salto no número de ações sociais relacionadas a projetos sobre racismo, gênero e homofobia, mas que não resolvem o problema. O Pacto da ONU quer alcançar 50% de negros em posições de liderança nas empresas. A população negra representa 56,1% da população, segundo o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), mas ocupa apenas 4,7% dos cargos de liderança nas 500 maiores empresas do país⁴⁰. Para as mulheres negras há obstáculos ainda maiores: elas preenchem apenas 0,4% dessas posições. No cargo de diretor executivo (*chief executive officer* - CEO) das 423 empresas listadas na B3, nenhum profissional negro, homem ou mulher, ocupa essa função⁴¹.

Em países como o Brasil, a interferência da indústria ocorre em diferentes espaços. As corporações aproveitam da fragilidade regulatória e do papel que desempenham nas

economias de países de média e baixa renda, o que faz com que os governos desses países atuem em prol dessas transnacionais. Por exemplo, a Coca-Cola e a Ambev aproveitam da política tributária brasileira para garantir subsídios em torno de cinco a dez centavos de dólar norte-americano para cada lata de refrigerante consumida no Brasil. O governo brasileiro e cada cidadão do país estão financiando danos à saúde causados pelas bebidas adoçadas fabricadas por essas corporações. Apesar disso, repetidos governos e amplos esforços do Judiciário não conseguiram reverter essa política, que está tornando o Brasil um dos mercados mais lucrativos para essas empresas. De acordo com o Banco Central, o setor de bebidas é o que remete o maior volume de lucros e dividendos ao exterior, sendo que no período entre 2013 e 2017, esse montante foi de 13,4 bilhões de dólares⁴². Uma maneira de equacionar e diminuir os riscos e as desigualdades provocadas pelos interesses das corporações é por meio da tributação de produtos nocivos à saúde.

As empresas, por sua vez, usam estratégias como eventos⁴³, matérias em veículos de comunicação^{44,45}, e cursos⁴⁶ para disseminar as práticas de ESG. Um exemplo foi o conteúdo do jornal Valor Econômico dedicado ao ESG com a visão das empresas

sobre o tema⁴⁷. Aquelas empresas que aderem à agenda ESG apresentam anualmente relatórios de sustentabilidade seguindo as diretrizes da GRI⁴⁸, disponíveis em websites e canais de comunicação das companhias para investidores, clientes e fornecedores. O documento tem o objetivo de trazer um diagnóstico da empresa nas áreas contempladas pelo ESG a fim de mobilizar investimentos. Porém, o que aparece na mídia são táticas publicitárias para ganhar credibilidade com a opinião pública.

Premiações ESG são listadas nos relatórios de sustentabilidade, sendo relatadas como um avanço na jornada ESG. Um desses prêmios é o “Selo Mais Integridade”, criado em 2017 pelo Ministério da Agricultura e Pecuária (MAPA), em parceria com associações do agronegócio e outras entidades públicas e privadas. Segundo o regulamento, o objetivo é premiar empresas que “reconhecidamente desenvolvem boas práticas de integridade, ética, respon-

sabilidade social e sustentabilidade ambiental”⁴⁹. As melhores empresas e cooperativas são escolhidas por um Comitê do Selo Mais Integridade, que, interessado em beneficiar o agronegócio, tem na sua composição a Confederação da Agricultura e Pecuária do Brasil (CNA) e a Confederação Nacional da Indústria (CNI). Mas entre as ganhadoras do selo estão empresas suspeitas de violações de direitos humanos, como a Agrícola Xingu, e de más práticas trabalhistas e ambientais, como a Marfrig, a Bunge e a Amaggi. Esta última tem entre seus sócios o ex-ministro da Agricultura Blairo Maggi, que assinou o decreto criador do prêmio⁵⁰.

Corporações com histórico de violações de direitos humanos e crimes ambientais são consideradas íntegras e sustentáveis? Como não questionar o péssimo histórico dessas corporações e a credibilidade para discutir questões como sustentabilidade ambiental e direitos humanos?

5.1.2 CASO JBS

Otra *commodity* que impacta negativamente nos três critérios de ESG é a carne. No pilar ambiental, a indústria da carne é responsável por parte significativa do desmatamento na Amazônia e no Cerrado brasileiro e contribui para o agravamento da crise climática em curso, com o aumento da poluição do ar e da água, a perda da biodiversidade local e o empobrecimento do solo, segundo o relatório *What's Cooking?*, lançado pela ONU na 28ª Conferência das Partes da Convenção-Quadro das Nações Unidas sobre Mudança Climática (COP 28). Os sistemas alimentares são responsáveis por cerca de 30% das atuais emissões de GEE e os produtos de origem animal respondem por quase 60% dessas emissões⁵¹.

A JBS, maior empresa de proteína animal do mundo, tem um vasto histórico de violações socioambientais no Brasil⁵². Tais práticas não se alinham com os objetivos de ESG, e mesmo assim a empresa traz em textos em sua página oficial e em relatórios de sustentabilidade que a sua missão é “alimentar o mundo em equilíbrio com o planeta e que está comprometida com a construção do futuro, dizendo que mantém práticas ambientais responsáveis e contínua melhoria e eficiência das operações”⁵³.

A dimensão global da JBS é resultante da política de desenvolvimento do governo brasileiro, na qual o Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social (BNDES) concedeu créditos e investimentos diretos no valor de mais de R\$ 12 bilhões ao frigorífico e, atualmente, detém 24,6% das suas ações, para transformar exportadoras brasileiras transnacionais⁵⁴. Dentro do país, os recursos foram utilizados, em grande parte, para fusões e aquisições de outras empresas.

Dentre os vinte frigoríficos que mais emitem gases de efeito estufa do mundo, quatro são brasileiros. A JBS ocupa o primeiro lugar na lista e é responsável por emitir cerca de 30% dos gases de efeito estufa⁵⁵. Mesmo assim, o sistema financeiro concede empréstimos para desmatadores da cadeia da carne. De acordo com o relatório “Financiando o Colapso da Biodiversidade”, os bancos brasileiros públicos e privados são os que mais financiam o agronegócio, chegando à concessão de 127 bilhões de dólares em crédito nacional entre 2016 e 2023. Desse montante, 54% do crédito fornecido pelos bancos do Brasil foram para a pecuária e 0,36% para a soja. O Banco do Brasil é, de longe, o banco que mais fornece crédito a empresas de risco de desmatamento⁵⁶. O estudo ranqueia

os frigoríficos e a relação deles com ameaças de destruição das florestas. A JBS lidera o *ranking* de frigoríficos com quase 10 milhões de hectares desmatados, embargados ou sob risco de derrubada em suas zonas de compras⁵⁷. Outro instrumento financeiro que impulsiona esse tipo de negócio são os Fundos de Investimento do Agronegócio (Fiagro), criados pela bancada ruralista para facilitar o acesso a crédito para os pequenos agricultores, porém o que ocorreu foi o impulso maior de grandes empresas envolvidas em crimes e fraudes fiscais⁵⁸.

A JBS esteve envolvida em diversos escândalos de corrupção que levantaram questões sobre sua transpa-

rência e governança corporativa. Um dos casos mais notórios foi a Operação Carne Fraca, deflagrada em 2017 pela Polícia Federal brasileira, que revelou um esquema de adulteração de produtos e suborno de fiscais agropecuários por parte de algumas empresas do setor, incluindo a JBS⁵⁹. Além disso, a empresa também foi implicada na Operação Lava Jato⁶⁰, que investigou esquemas de corrupção envolvendo políticos e grandes empresas no Brasil. Esses escândalos minaram a confiança dos investidores e do público em geral na empresa, destacando a importância da transparência e da responsabilidade corporativa no ambiente de negócios.



O setor agropecuário, inclusive a JBS, poderia colaborar no enfrentamento à crise climática a partir de mudanças em seu modelo predatório da natureza. Ao invés disso, o frigorífico lançou o 'Fundo JBS pela Amazônia', instrumento financeiro criado com o objetivo de financiar projetos de pecuária sustentável, com foco na redução do desmatamento e no combate ao trabalho análogo à escravidão na região Amazônica. Mas há uma contradição: a JBS tem um histórico conturbado de problemas ambientais, incluindo acusações de desmatamento ilegal na Amazônia e de violações trabalhistas em suas operações. Isso levanta questões sobre a credibilidade do Fundo JBS em promover a sustentabilidade, considerando as práticas passadas da empresa⁶¹.

O Fundo JBS entrou como prática ESG no relatório de sustentabilidade da empresa, mas esse caso se mostra frágil diante do tamanho do prejuízo que a empresa gera ao bioma amazônico. Um estudo realizado pelo Instituto do Homem e do Meio Ambiente da Amazônia (Imazon), publicado em novembro de 2023⁶²,

mostrou que, sozinha, a pecuária pode ser responsável por três milhões de hectares de desmatamento no bioma amazônico até 2025. Ou seja, há uma questão sobre se o Fundo JBS realmente está fazendo uma diferença significativa na promoção da sustentabilidade ou se é apenas uma tentativa da empresa de melhorar sua imagem perante a opinião pública e aos investidores financeiros⁶³.

A partir de 2020, a Bolsa de Valores (B3) incluiu frigoríficos de carne bovina no Índice de Sustentabilidade Empresarial (ISE), como Marfrig, Minerva e BRF. Essas corporações, cujas cadeias são atravessadas pelo desmatamento, passaram a integrar o ISE, índice que reúne as empresas mais bem avaliadas em suas práticas de governança e sustentabilidade socioambiental⁶⁴. A JBS tenta também que suas ações sejam listadas na Bolsa de Nova York (NY), mas os escândalos de corrupção e danos ao meio ambiente têm impedido que isso aconteça. Em fevereiro de 2024, a procuradoria-geral de NY citou *greenwashing* da JBS e abriu um processo contra a companhia⁶⁵.

DISCREPÂNCIA ENTRE DISCURSO E PRÁTICA DAS EMPRESAS^{66,67}



DISCURSO

“ O Brasil é essencial para atingir suas ações ambientais de ESG

PRÁTICA



Enfrenta críticas por suas práticas ambientais, especialmente relacionadas ao desmatamento.

Caso: Compra de carne bovina de fornecedores associados ao desmatamento ilegal

Em 2019, uma investigação revelou que a Marfrig, uma das fornecedoras da Nestlé, adquiriu gado de fazendas situadas em terras indígenas ainda não homologadas, como as do povo M'byky no Mato Grosso. Mesmo com compromissos públicos para evitar o desmatamento em sua cadeia de suprimentos, a Nestlé ainda é acusada de falhas no monitoramento e na implementação dessas políticas, demonstrando uma discrepância entre suas metas de ESG e as práticas observadas.



DISCURSO

“ Listada como tendência de investimento ESG na bolsa de valores (B3).

PRÁTICA



Foi autuada por trabalho escravo e é suspeita de rombo tributário.



DISCURSO

“ Investiu R\$ 231,8 milhões em ações ESG em 2022.

PRÁTICA



Registrou alto número de queixas de carnes estragadas e de má qualidade entre os anos de 2020 e 2021. A BRF, que possui as marcas Sadia e Perdigão, somou 171 infrações pagas nesse período.



DISCURSO

“ A Coca-Cola engloba 500 marcas e compra 14% do açúcar produzido no planeta, boa parte dele no Brasil, principal país produtor desse produto que é considerado uma *commodity*.



PRÁTICA

Toda a sua cadeia produtiva, do canal ao supermercado, apresenta graves violações aos direitos humanos, além de crimes ambientais e fraudes tributárias, e a empresa não é transparente em relação a seus fornecedores brasileiros. A empresa divulga o nome das fábricas engarrafadoras, mas oculta deliberadamente o nome das usinas que fornecem o açúcar para as bebidas.

5.1.3 REGULAMENTAÇÃO

Brasil não tem uma regulamentação específica abrangente para ESG. No entanto, há discussões e iniciativas em andamento relacionadas ao mercado financeiro.

Nos últimos anos houve um crescimento de aproximadamente 50% na quantidade de fundos de investimento com selo de sustentabilidade e de quase 300% em seus ativos sob gestão, segundo a Associação Brasileira das Entidades dos Mercados Financeiro e de Capitais (Abima). Em paralelo, a Associação Brasileira das Entidades dos Mercados Financeiro e de Capitais (Anbima) e a Comissão de Valores Mobiliários (CVM) têm realizado discussões que podem colaborar para os primeiros passos na construção de um arcabouço regulatório.

Com a proliferação de fundos de investimento e o abuso do uso de produtos bancários com a marca ESG, a Anbima fez uma autorregulação e impôs regras de fundos de investimento com o objetivo de incentivar e dar mais transparência a esses fundos⁶⁸.

Em outubro de 2023, a CVM, autarquia vinculada ao Ministério da Fazenda, editou uma resolução⁶⁹ que determina a adoção de normas de divulgação sobre sustentabilidade para as companhias abertas. Foram emitidas duas normas pela *International Sustainability Standards Board* (ISSB): S1, que é referente a divulgações financeiras relacionadas à sustentabilidade, e a IFRS S2, que aborda informações sobre o clima. Com isso, o Brasil se tornou o primeiro país do mundo a adotar as

normas globais de divulgação de informações financeiras associadas à pauta ESG⁷⁰. As empresas de capital aberto, fundos de investimento e securitizadoras deverão divulgar relatório de informações relacionadas à sustentabilidade e ao clima de forma voluntária a partir de 1º de janeiro de 2024 e de forma obrigatória a partir de 1º de janeiro de 2026. A partir do segundo ano de adoção, o relatório deverá ser divulgado na mesma data de emissão de suas demonstrações financeiras. O objetivo é padronizar a divulgação de riscos e oportunidades de sustentabilidade, e com essas métricas será possível comparar os dados e indicadores de diferentes empresas que atuam no mesmo setor. A resolução ainda passará por consulta pública (CP).

O Ministério da Fazenda apresentou, em dezembro de 2023, na COP 28, nos Emirados Árabes, o plano de ação para a construção da Taxonomia Sustentável Brasileira, que estabelecerá um sistema de classificação para as diferentes atividades econômicas, ativos financeiros e projetos de investimento, apontando se são sustentáveis ou não, com padronização e vigência nacional⁷¹.

No Congresso Nacional, tramitam dois PL com o objetivo de instituir o selo ESG concedido pelo governo federal para que assim as empresas

certificadas recebam benefícios, por exemplo, acesso facilitado a crédito. No Senado, o PL nº 4363/2021⁷², de autoria do senador Mecias de Jesus (Republicanos-RR), foi analisado e está previsto para ser discutido e votado pela Comissão de Meio Ambiente. Na Câmara dos Deputados está o PL nº 735/2022⁷³, proposto pelo deputado federal Carlos Henrique Gaguim (União Brasil-TO), que institui o selo Investimento Verde, que seria concedido a instituições do mercado de capitais que recebem uma certificação de sustentabilidade de entidade nacional ou internacional. O PL aguarda o parecer do relator na Comissão de Meio Ambiente e Desenvolvimento Sustentável. Além da aprovação, os PLs ainda necessitam de regulamentação posterior.

A falta de definição clara do conceito, os riscos de *greenwashing*, a ausência de parâmetros para todos os tipos de negócio e padronização das informações e relatórios, a variedade de índices, cálculos e metodologias utilizadas por diferentes instituições como forma de mensurar o impacto das medidas adotadas por empresas de diversos setores e a adaptação das referências internacionais para a nossa realidade local são alguns dos desafios para uma regulamentação de ESG no Brasil.

As discussões da pauta ESG estão caminhando no país, mas ainda a passos lentos. Em uma possível regulação, corre-se o risco de serem implementados parâmetros favoráveis às empresas e apenas legitimar

o que elas praticam, pois atualmente o Legislativo não sinaliza nenhuma correlação de forças para isso e o Executivo necessitaria de disposição para enfrentar o setor empresarial.

■ Taxonomia das Estratégias de Enquadramento



BONS ATORES: CORPORAÇÕES



Estratégia de enquadramento

A indústria é um ator econômico chave.

As corporações passaram a ser avaliadas pelas suas práticas comerciais e incorporaram ações de ESG para fazer o gerenciamento da reputação e para obter legitimidade e credibilidade nos negócios.

A indústria é parte da sociedade.

“Selo Mais Integridade”, criado em 2017 pelo MAPA, em parceria com associações do agronegócio e outras entidades públicas e privadas. Segundo o regulamento, o objetivo é premiar empresas que “reconhecidamente desenvolvem boas práticas de integridade, ética, responsabilidade social e sustentabilidade ambiental”

As corporações são socialmente responsáveis.

A prática de ESG é usada pelas corporações para demonstrar que estão comprometidas não só com o lucro e a competitividade, mas também com um modelo de governança mais responsável, transparente e com metas nas áreas social e ambiental.

Algumas estratégias identificadas⁷⁴



ACESSAR E INFLUENCIAR A FORMULAÇÃO DE POLÍTICAS



Estratégias e mecanismos

A JBS se projetou internacionalmente após a política do BNDES, banco público que injetou capital, forneceu empréstimos e concedeu subsídios para tornar exportadoras brasileiras grandes transnacionais.

A bancada ruralista criou um mecanismo que propicia fundos de investimento ao agronegócio, com o objetivo de facilitar o acesso a crédito para os pequenos agricultores, porém o que ocorreu foi o impulso maior a grandes empresas envolvidas em crimes e fraudes fiscais.



GERENCIAR REPUTAÇÕES EM BENEFÍCIO CORPORATIVO



Estratégias e mecanismos

O ESG tem sido considerado um *washing* praticado por empresas que utilizam estratégias de limpeza de marca nas áreas ambiental, social e de governança.

O Fundo JBS entrou como prática ESG no relatório de sustentabilidade da empresa, mas se mostra frágil diante do tamanho do prejuízo que a JBS gera ao bioma amazônico.



FABRICAR APOIO PÚBLICO PARA POSIÇÕES CORPORATIVAS



Estratégias e mecanismos

A maior parte das auditorias que validam os resultados ESG publicizados em relatórios de sustentabilidade apresentam conflitos de interesse, o que dificulta a transparência na prestação de contas.

Algumas empresas são premiadas pelo Selo Mais Integridade, criado pelo MAPA em parceria com entidades públicas e privadas. Mas o Selo conta com a CNI e a CNA no comitê que escolhe os vencedores, o que resultou na premiação de empresas suspeitas de violações de direitos humanos, como a Agrícola Xingu, e de más práticas trabalhistas e ambientais, como a Marfrig, a Bunge e a Amaggi. Esta última tem entre seus sócios o ex-ministro da Agricultura Blairo Maggi, que assinou o decreto criador do prêmio⁷⁵.

Os veículos jornalísticos Valor Econômico e O Globo possuem seções destinadas à divulgação de práticas ESG de corporações de diferentes setores, e acabam reproduzindo textos de assessoria de imprensa dessa empresas ou enaltecendo as ações sem filtro crítico sobre análise do impacto real na sociedade e no meio ambiente, em grande parte por não existir regulação específica sobre o assunto no Brasil.

Em conjunto à Associação Brasileira de Bares e Restaurantes (Abrasel), a Coca-Cola desenvolveu um curso de capacitação em ESG, oferecido a pequenos empreendedores que queiram adotar práticas mais sustentáveis em seus negócios. Novamente, o setor produtivo é responsável por definir as estratégias consideradas sustentáveis que mais se adequam aos seus negócios, sem fiscalização ou regulação externas.



5.2 TRATADO GLOBAL CONTRA A POLUIÇÃO PLÁSTICA ENFRENTA O DESAFIO DE COOPTAÇÃO POR INTERESSES CORPORATIVOS



Se no final da década de 1950 o plástico representou uma tendência, em 2024 ele é considerado um dos maiores vilões do meio ambiente. A poluição gerada por esse tipo de material se tornou um problema global que ameaça a biodiversidade e o futuro das próximas gerações. Só em 2019, foram produzidas cerca de 460 milhões de toneladas de plástico no mundo⁷⁶. A produção em larga escala e a lenta decomposição, que leva cerca de 400 anos, fez com que o Programa das Nações Unidas para o Meio Ambiente (PNUMA) enviasse um alerta aos países: sem medidas urgentes, esse número pode triplicar até 2060. O uso do material foi incorporado no dia a dia pela praticidade e comodidade. Das sacolinhas às embalagens, o plástico passou a se tornar um item indispensável na modernidade, e na mesma velocidade que chega até o consumidor, ele vai para o lixo. Nas últimas décadas, os produtos descartáveis tornaram-se o símbolo do estilo de vida em uma economia capitalista que é, ao mesmo tempo, causa e consequência da densidade e velocidade da vida moderna⁷⁷.

Em pouco tempo constatou-se que reciclar não daria conta de controlar a produção de plástico, que aumentou em dez vezes desde 1980.

Em 1980, havia uma crença de que o grande problema da poluição plástica seria resolvido com o gerenciamento de resíduos, ou seja, a aposta era coletar e reciclar⁷⁸. Segundo o PNUMA, no entanto, 46% dos resíduos plásticos do mundo são depositados em aterros, 22% viram lixo e menos de 10% é reciclado⁷⁹. Focar apenas no gerenciamento não foi suficiente para ajudar o planeta. Em

pouco tempo constatou-se que reciclar não daria conta de controlar a produção, que aumentou em dez vezes desde 1980⁸⁰. Mas quem é responsável pela poluição que ameaça populações e ecossistemas?

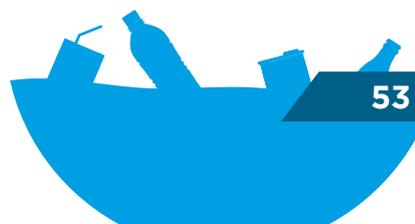
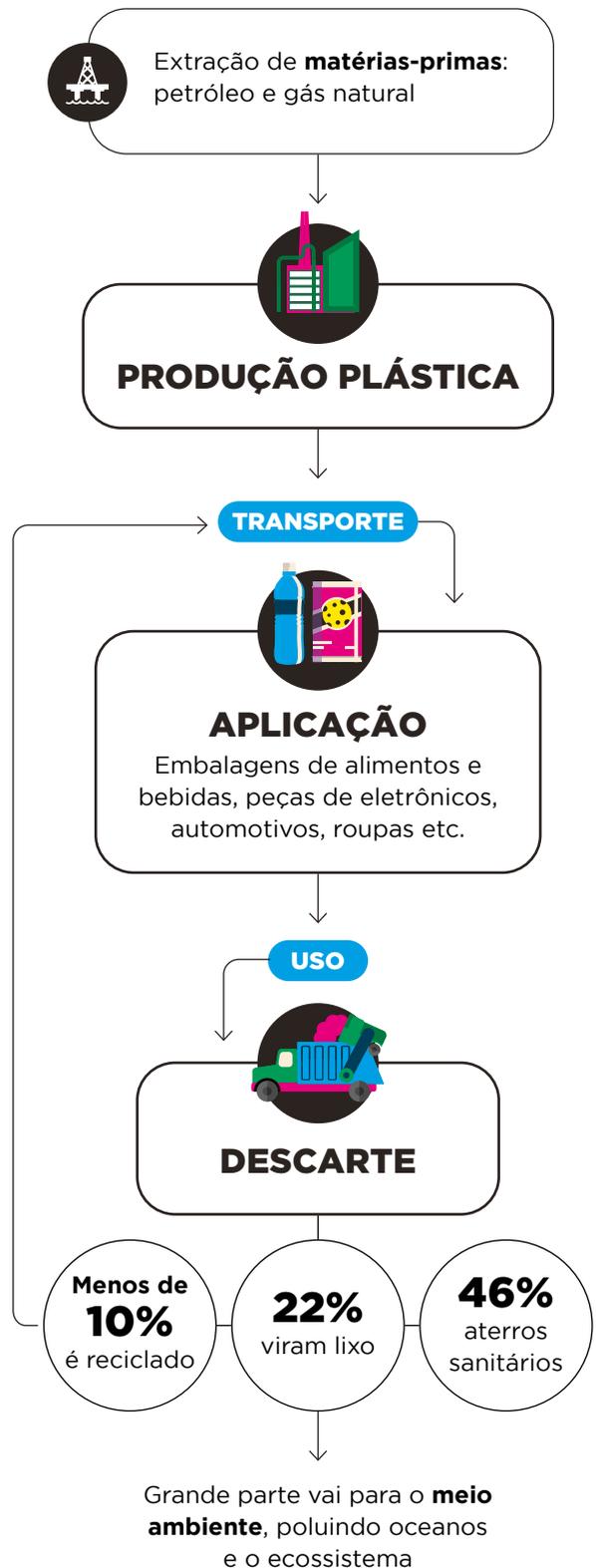
A Fundação Heinrich Böll e a organização internacional *Break Free from Plastic* publicaram em 2019 o 'Atlas

do Plástico: fatos e números sobre o mundo dos polímeros sintéticos'⁸¹, documento que apresenta um histórico sobre o material e suas problemáticas e reúne os números sobre produção plástica publicados pelas próprias corporações no ano de 2018. A Coca-Cola lidera o ranking, sendo a maior produtora de plásticos do mundo, com três milhões de toneladas de embalagens plásticas

no ano e um total de 88 bilhões de garrafas de plástico descartáveis. Outras grandes corporações de alimentos e bebidas que também aparecem na lista são, respectivamente, a Nestlé (com 1,7 milhão de toneladas), a Danone (com 750 mil toneladas) e a Unilever (com 610 mil toneladas). A liderança da Coca-Cola não é por acaso: em 1978, a corporação foi pioneira ao introduzir a garrafa PET de plástico descartável para substituir a garrafa de vidro⁸². Essa mudança simboliza o início de uma nova era para as bebidas de consumo em massa. O relatório confirma que a escala massiva de produtos com embalagens plásticas tem participação importante das indústrias de bebidas e alimentos. As embalagens descartáveis multiplicaram-se até o final da década de 1970. E não é só o meio ambiente que essas corporações prejudicam, há um impacto também na saúde humana, pois o consumo desses produtos pode ser considerado fator de risco para DCNT⁸³.

Uma das preocupações ambientais crescentes relacionadas ao material são as ameaças dos microplásticos para a saúde humana e planetária. As micropartículas plásticas são eliminadas no processo de decomposição de garrafas PET, de embalagens de alimentos, de sacolas plásticas e outros produtos feitos do material e são absorvidos pelo ar, pela água

CICLO DE VIDA DO PLÁSTICO^{84,85}





e pelo solo. Em 2022, o Escritório do Alto Comissariado da ONU para os Direitos Humanos alertou para a gravidade do problema ao citar que já foram encontradas partículas de plástico em órgãos de humanos, como pulmões⁸⁷ e coração⁸⁸, além da exposição constante representar uma ameaça às futuras gerações, podendo contribuir com a infertilidade, o encurtamento da gestação e baixo peso do bebê ao nascer⁸⁹.

Na carta, a ONU ressalta que a crise do plástico afeta os direitos básicos da população de viver em um ambiente saudável e sustentável, pois representa um risco à saúde, alimentação, acesso à água e saneamento, igualdade e moradia. É enfatizado também que os impactos socioambientais são maiores para os grupos que já estão em situação de vulnerabilidade social, como crianças, mulheres, povos indígenas, comunidades costeiras, comunidades afetadas por instalações de produção de

plástico e trabalhadores em risco de exposição ocupacional, assim como comunidades que vivem em extrema pobreza, incluindo os catadores de materiais recicláveis. Todos esses grupos são mais impactados pelas consequências da poluição plástica por não terem acesso adequado a cuidados de saúde, informação e oportunidades para se protegerem da exposição aos impactos do ciclo do plástico e possíveis soluções⁹⁰.

Diante dos inúmeros impactos do plástico ao clima, à biodiversidade, à saúde humana e à justiça social, durante a Assembleia das Nações Unidas para o Meio Ambiente em 2022, no Quênia, diversos países aprovaram uma resolução histórica para criar um Tratado Global Contra a Poluição Plástica. A iniciativa é importante para enfrentar a crise climática porque, apesar das corporações aderirem a metas voluntárias de sustentabilidade, anualmente elas continuam no ranking como maiores

poluidoras, o que demonstra que os compromissos voluntários têm sido pouco eficazes e outros esforços são necessários para reduzir a quantidade de lixo plástico gerado por essas corporações.

A exemplo do que ocorreu com a Convenção-Quadro para o Controle do Tabaco (CQCT), primeiro tratado internacional de saúde pública negociado sob os auspícios da Organização Mundial da Saúde (OMS), que obteve êxito devido a um esforço global para reduzir os danos causados pelo tabagismo e promover a saúde pública, o Tratado Global Contra a Poluição Plástica representa também um marco no combate à poluição plástica, proposta mais importante desde o Acordo de Paris sobre Mudanças Climáticas⁹¹. Para que isso se efetive, interesses empresariais no Tratado terão que ser combatidos. Uma carta do Greenpeace à ONU, assinada por mais de 170 organizações da sociedade civil e pesquisadores, ressaltou que os conflitos de interesses do setor e dos países produtores de combustíveis fósseis podem atrapalhar o avanço das negociações sobre o tema⁹².

A resolução do Tratado intitulada “Acabar com a poluição plástica: rumo a um instrumento internacional juridicamente vinculativo”⁹³ foi aprovada por representantes de 175 países. Ela considera o ciclo de vida

do plástico, da fabricação à chegada do poluente nos oceanos, e a previsão é de que o texto final seja aprovado até o final de 2024. Desde 2022 foram agendadas cinco rodadas do Comitê Intergovernamental de Negociação (INC, sigla em inglês) para a elaboração de um tratado global com metas para combater o problema, considerando todo o ciclo de vida do plástico, incluindo a extração de matérias-primas, produção, transporte, uso, descarte e remediação.

Representantes de países, de organizações da sociedade civil e da indústria do petróleo, de alimentos, bebidas e embalagens participam das negociações. As duas primeiras sessões do INC, responsável por desenvolver o instrumento jurídico, ocorreram no Uruguai no final de 2022 e em junho de 2023 na sede da Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência, e a Cultura (UNESCO) em Paris, França⁹⁴. A terceira reunião de negociação foi em Nairóbi, Quênia, em novembro de 2023.

A principal polêmica no Tratado Global é reduzir a produção plástica. A União Europeia e mais 61 países, como Japão, Canadá e Quênia, da Coligação de Elevada Ambição para Acabar com a Poluição Plástica (em inglês *The High Ambition Coalition to End Plastic Pollution*)⁹⁵ reafirmaram o seu compromisso de acabar com

os resíduos plásticos até 2040 e de reduzir a produção de plásticos com ingredientes tóxicos, como o PVC.

Do lado oposto estão representantes do setor de plásticos e os países exportadores de petróleo e petroquímicos, como Arábia Saudita, China e Rússia, que querem a permanência do uso do plástico e cujos argumentos se concentram na reciclagem, na economia circular e na reutilização do material.⁹⁶ Na terceira sessão de negociações sobre o Tratado Global Contra a Poluição Plástica, o Conselho de Cooperação do Golfo solicitou que fossem levados em consideração os fatores que demonstram a importância dos plásticos para a vida humana, para as economias, para a implementação dos ODS e outros instrumentos internacionais. Como sugestão, apontaram que é preciso fazer a gestão dos resíduos plásticos e garantir uma transição justa que permita aos países ter acesso às tecnologias e inovações para tornar o resíduo mais reciclável.⁹⁷ Na mesma ocasião, representantes dos países asiáticos do Pacífico ressaltaram para o INC a importância do instrumento adotar uma abordagem da poluição plástica que possa abranger a ciência e os conhecimentos tradicionais de povos indígenas e comunidades locais. Além disso, ressaltam que o Tratado deve permitir ações de gerenciamento de resíduos orientadas pelos próprios países⁹⁸.

O Greenpeace e outras 174 organizações e cientistas enviaram uma

carta à ONU apontando os inúmeros impactos da produção de plástico virgem que crescem a cada ano e os investimentos do setor. Eles pediram que sejam adotadas medidas sobre a participação das indústrias nas negociações do Tratado, pois elas têm interesse em perpetuar a crise do plástico e as propostas são incompatíveis com o interesse público⁹⁹.

Já o governo brasileiro, representado pelo Ministério do Meio Ambiente, é um um dos grandes produtores do material e possui baixas taxas de reciclagem, mas não se posicionou sobre a polêmica nas últimas rodadas de negociações. O país não integra os grupos citados, não figura na lista de países que implementaram legislações para o plástico descartável (como Quênia, Chile, Índia e Canadá), mas alguns indícios sugerem que ele está alinhado com os grandes exportadores de petróleo, como quando pediu a inclusão de um parágrafo no Tratado Global sobre a importância do plástico para a sociedade¹⁰⁰.

A primeira versão do texto, chamada Rascunho Zero¹⁰¹ do Tratado Global Contra a Poluição Plástica, foi discutida na terceira rodada de negociações da ONU e sinaliza avanços, mas ainda não é suficiente para enfrentar a crise da poluição plástica, segundo ambientalistas¹⁰². A falta de consenso entre os países-membros também é um dos obstáculos para a criação do Tratado.

5.2.1 INTERFERÊNCIA

A forte influência da indústria petroquímica e de bens de consumo, como alimentos e bebidas, além dos países produtores do material, tem comprometido o progresso das negociações do Tratado, de acordo com a Environmental Investigation Agency (EIA). No total, 143 lobistas da indústria petroquímica e de combustíveis fósseis estiveram inscritos nas negociações¹⁰³, o que pode configurar uma situação de Col por parte da indústria, impedindo que essa pauta avance nas negociações internacionais e atrasando a elaboração de uma estratégia global.

Participaram também das discussões ONGs ambientais como o *Greenpeace*, *Center for International Environmental Law*, *Break Free From Plastic* e *The Global Alliance for Incinerator Alternatives*. Da parte da indústria foi criada a *Business Coalition for a Global Plastics Treaty*¹⁰⁴ (Coalizão Empresarial para um Tratado Global de Plásticos, em tradução para o português), que reúne mais de 200 empresas ligadas à cadeia do plás-

Países produtores de petróleo e corporações como PepsiCo, Unilever, Mars, Coca-Cola e Nestlé divulgam narrativas de que estão comprometidos no processo de discussão do Tratado, porém, na prática, representam uma ameaça à conservação ambiental.¹⁰⁵

tico, entre elas representantes de bens de consumo, instituições financeiras e Organizações Não Governamentais (ONG) que apostam na economia circular. A coalizão empresarial é liderada pela Fundação Ellen MacArthur¹⁰⁶ e pela WWF, e entre as corporações do setor de alimentos e embalagens estão a PepsiCo, a Unilever, a Mars, a Coca-Cola e a Nestlé. As corporações divulgam narrativas de que

estão envolvidas e comprometidas no processo de discussão do Tratado, porém, na prática, elas continuam representando uma ameaça à conservação ambiental¹⁰⁷.

Nenhum dos atores da indústria demonstraram interesse na redução da produção do plástico e usam táticas para esvaziar a argumentação com esse foco e diminuir os impactos ambientais provocados pelos plásticos. A Coca-Cola, por exemplo, vende cerca de 100 bilhões de garrafas plásticas descartáveis, de uso único, todos os anos¹⁰⁸. Todas as empresas da cadeia de abastecimento dependem, para a sua rentabilidade,

de serem capazes de produzi-lo ou de alguma forma estarem envolvidas na sua fabricação. Portanto, a ampla participação da indústria de alimentos e bebidas no Tratado e o envolvimento dessas poluidoras torna evidente o conflito de interesse e compromete o avanço de uma regulamentação com compromissos mais ambiciosos diante da crise global do plástico.

Em um comunicado à imprensa, a Nestlé destaca a importância da reciclagem com o lançamento do movimento “Juntos pela Reciclagem” que tem o foco principal em estimular a conscientização dos consumidores sobre o descarte correto dos resíduos. Participam da iniciativa da Nestlé empresas como a Cargill, o iFood, a PepsiCo e a Unilever. O discurso da corporação é apostar na mudança de hábitos individuais, mostrando que o lixo plástico pode ser matéria-prima para os sistemas produtivos e ainda ser fonte de renda aos catadores de materiais. “Acreditamos no poder dessa campanha para promo-

ver conscientização sobre o papel que cada pessoa tem na estruturação da agenda de reciclagem, enquanto damos visibilidade ao trabalho de diferentes atores vinculados à cadeia”, explica Bárbara Sapunar, diretora executiva de *Business Transformation* da Nestlé Brasil¹⁰⁹.

Um relatório de auditoria de marca do Instituto Pólis examinou resíduos não recicláveis que chegaram às cooperativas de catadores e descobriu que 33% dos rejeitos eram compostos por plásticos, especialmente embalagens de uso único. Esses resíduos não recicláveis encontrados evidenciam a falta de sistemas de coleta e reutilização desses materiais usados como embalagens de produtos pelas corporações. Entre as marcas mais recorrentes, aparecem em primeiro lugar a Nestlé, seguida da Mondelez e da PepsiCo, que juntas são responsáveis por um terço de todo o rejeito plástico das duas cooperativas analisadas, sendo que todas as embalagens são de alimentos¹¹⁰.

Grandes corporações de alimentos e bebidas e países produtores de petróleo



Países e organizações empenhadas em acabar com a poluição plástica

TRATADO GLOBAL



Segundo estudo feito pelo Instituto Pólis, no Brasil essas corporações deveriam ser responsabilizadas pela ausência de uma logística reversa para suas embalagens, conforme estabelecido pelo art. 33 da Política Nacional de Resíduos Sólidos (Lei nº 12.305/2010) que prevê que as empresas devem assumir os custos relacionados à infraestrutura de coleta, triagem e envio dos resíduos para reciclagem, além de repensarem suas práticas, optando por embalagens que causem menos impactos ambientais¹¹¹. O estudo ressalta que a poluição plástica é atribuída a falhas no sistema da gestão de resíduos, desde o consumidor que não separa seus resíduos corretamente ou prefeituras que não fazem a coleta seletiva ou não investem em reciclagem. Porém, o dado de que apenas 9% do plástico é reciclado no mundo mostra que a reciclagem não tem sido suficiente para dar conta do volume de plástico descartável produzido, que tem como principal destino os aterros sanitários e o meio ambiente¹¹².

Nestlé, Mondelez e PepsiCo, juntas, são responsáveis por um terço de todo o rejeito plástico das duas cooperativas analisadas pelo Instituto Pólis, sendo que todas as embalagens são de alimentos.

A Unilever, responsável pelas marcas Hellmann's, Knorr e Kibon, entre outras, menciona o tema da circularidade do material e a adesão às discussões do Tratado na página do 'Juntos pela Reciclagem'. No texto, Suelma Rosa, *head* de Assuntos Corporativos, Governamentais e Sustentabilidade da Unilever, cita que a empresa contribui com o Tratado com uma visão inovadora de impulsionar o consumo de plástico reciclado e promoção da circularidade do material na economia¹¹³.

Uma das preocupações da ONU é discutir soluções eficazes para enfrentar a crise dos plásticos, garantindo a ampla participação e a transparência dos

atores envolvidos na discussão. Porém, os conflitos de interesse de alguns grupos nas negociações exige que a INC desenvolva mecanismos de prevenção e mitigação de Col para que as partes interessadas participem efetivamente, evitando que haja assimetria de poder entre corporações, governo e sociedade civil e isso se reflita em desequilíbrios de influência no Tratado Global.

As corporações têm recursos significativos e capacidade de *lobby* para influenciar as decisões políticas. Elas podem buscar proteger seus interesses comerciais e resistir a regulamentações que possam impactar seus lucros, mesmo que isso signifique ignorar preocupações ambientais ou sociais¹¹⁴. As maiores poluidoras do mundo participam na condição de observadoras das negociações do Tratado Global para tentar impedir que o processo avance sem afetar os seus negócios. Durante as negociações, as corporações tentam influenciar nas discussões, disputam credenciais, mesmo sem direito à fala, e a indústria muitas vezes não faz intervenções, pois tem acesso direto ao governo e seus representantes, o que expressa uma assimetria de poder e participação desigual. Para evitar influência sobre políticas com os interesses econômicos, é preciso reconhecer conflitos de interesse entre os objetivos do Tratado e das empresas da cadeia de valor dos plásticos, como as empresas petroquímicas e os fabricantes de alimentos e bebidas (por exemplo, a Coca-Cola, a Unilever, a Nestlé e a Mars)¹¹⁵.

Para que as discussões do Tratado Global Contra Poluição Plástica tenham êxito, é preciso protegê-lo contra o Col. Isso significa isolar as negociações de atores empresariais com Col, gerenciar interações com a

indústria de plásticos para evitar influência política desproporcional, selecionar delegados com declarações de interesses, criar um registro público das interações governamentais com as indústrias de combustíveis fósseis e petroquímica e criar diretrizes para identificar e gerenciar interações com empresas, incluindo normas sobre Col e a prática de porta giratória entre reguladores e indústria¹¹⁶.

A *Business Coalition* trabalha com as delegações dos Estados-membros. Os membros da *Business Coalition* são ativos nas negociações com reuniões a portas fechadas em que a indústria adota a estratégia de defender a economia circular (modelo baseado nos princípios de redução, reutilização, recuperação e reciclagem de materiais e energia). Atores da indústria conseguiram cooperar com essa agenda de maneira a se adequar aos seus interesses e ter como aliados algumas ONG, como a WWF. O discurso é estruturado para enquadrar a economia circular como uma das soluções para a poluição plástica, pois prevê a reutilização, recuperação e reciclagem após o uso, em vez de propor a redução da produção. A *Business Coalition* defende embalagens reutilizáveis e reciclagem para que o material retorne à cadeia de consumo, assim o plástico nunca se tornaria lixo ou poluição e o valor dos produtos e materiais seria retido na economia.

A *Business Coalition* divulgou o seu posicionamento em que defende que no tratado seja considerada a produção e a utilização de plástico através da abordagem de economia circular. Para o grupo, o caminho é reduzir os plásticos, colocando-os em circulação, e eliminar aqueles desnecessários¹¹⁷. A economia circular pode ser enquadrada em atividades de responsabilidade social corporativa, de maneira confortável para as empresas, com os discursos de sustentabilidade que elas desejam promover diante dos consumidores. Por isso, em comparação com a posição da indústria de combustíveis fósseis ou petroquímica, a coalizão tem um discurso mais razoável, mas apesar disso, também pratica *lobby* nas negociações. Um exemplo foi a realização de eventos paralelos sobre economia circular com a presença de funcionários da PepsiCo e da Mars. As incidências ocorreram em falas oficiais nas plenárias ou nos grupos de contato durante as negociações¹¹⁸.

A PepsiCo e a Nestlé assinaram o Pacto Global dos Plásticos em 2019, documento do PNUMA e da Fundação Ellen MacArthur para fomentar a economia circular. As corporações que aderiram ao Pacto fabricam cerca de 20% das embalagens no mundo que são apoiadas nessa alternativa, porém apenas 2% da produção é considerada para reúso. Embora a economia circular possa trazer be-

nefícios ambientais e econômicos significativos, sua implementação efetiva requer cooperação entre governos, corporações e sociedade civil, bem como políticas e regulamentações adequadas para promover a mudança de paradigma.

Pesquisadores e ambientalistas defendem que, para prevenir a poluição por plásticos, a solução deve incluir a eliminação progressiva da produção de plástico. Um artigo da Coalizão de Cientistas por um Tratado Efetivo dos Plásticos (*The Scientists' Coalition for an Effective Plastics Treaty*), publicado na revista científica *Science*, enfatiza que, mesmo que aplicada a circularidade do plástico, as emissões anuais para o meio ambiente só podem ser reduzidas em 79% em 20 anos. A partir de 2040, a previsão é que sejam despejados no meio ambiente 17,3 milhões de toneladas anuais de resíduos plásticos¹¹⁹.

As indústrias passam a responsabilidade para o consumidor defendendo a tese de que é preciso investir no gerenciamento de resíduos. Ou seja, essas empresas geram problemas sociais e ambientais enormes e não se responsabilizam pelos impactos. Por muitos anos, elas se comprometeram de forma voluntária e continuaram colocando sobre o consumidor o ônus de reciclar ou de mudar hábitos para produtos mais ecológicos, mas nunca bateram as metas estabelecidas por elas mes-

mas. Nas negociações do Tratado, o *lobby* realizado pelas corporações de alimentos e bebidas faz com que as discussões sejam retardadas ou inviabilizadas. Durante as negociações,

de acordo com um dos entrevistados sobre este caso, foi possível observar outros jogos de responsabilidades da indústria de alimentos e bebidas transferindo o problema da poluição para a indústria petroquímica.

EXEMPLOS DE GREENWASHING DA COCA-COLA

1

'Mundo Sem Resíduos'

Programa criado em 2020

Proposta

Reciclar as garrafas descartáveis.

Objetivo por trás do programa

Melhorar a reputação da empresa diante dos consumidores, ofuscando o rótulo de maior responsável pela poluição global de resíduos plásticos.

2

Compromisso

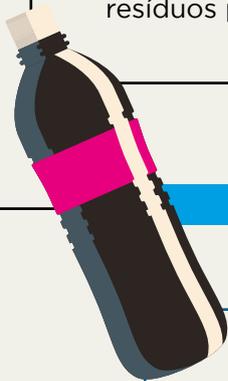
Utilizar pelo menos 50% de material reciclado nas suas embalagens até 2030.

Atualmente, o conteúdo reciclado representa **apenas 10%** do seu volume total de embalagens plásticas.

No entanto, a Coca-Cola estabeleceu metas em termos de conteúdo mínimo reciclado em garrafas já em 1990 e **até agora não conseguiu cumpri-los.**



Incoerência: Foi pioneira no país no modelo de **garrafas PET**, uma das garrafas mais presentes no dia a dia da população.



Mais de **100 bilhões** de garrafas plásticas por ano



99% produzidas a partir de **combustíveis fósseis** o que contribui para as mudanças climáticas

5.2.2 POSICIONAMENTO DO BRASIL

○ Brasil é o maior produtor de plástico da América Latina, segundo o PNUMA¹²⁰. A produção brasileira anual é de 6,67 milhões de toneladas e, desse total, 325 mil toneladas contribuem para a poluição marinha, representando 70% do lixo recolhido nas praias do país e contribuindo para a morte de milhões de animais marinhos¹²¹. Com o governo Lula, o diálogo nas negociações do Tratado ficou diferente, com mais abertura para as discussões, e reacendeu a esperança de organizações da sociedade civil. Porém, o Brasil tem tido uma atuação problemática nos encontros:

ainda que não faça parte dos grupos formados, é visível que o país está se alinhando a países produtores de petróleo¹²². Uma dessas sinalizações foi durante a COP 28, em 2023, quando, ao negociar o ingresso do Brasil em um grupo de países aliados à Organização dos Países Exportadores de Petróleo (Opep), o governo se coloca ao lado de grupos que põem em risco a finalização do Tratado.

Pesquisadores e organizações da sociedade civil denunciaram a po-

lução plástica durante seminário da Comissão de Meio Ambiente e Desenvolvimento Sustentável da Câmara dos Deputados, em agosto de 2023¹²³. Segundo eles, o legislativo pode contribuir por meio da aprovação de propostas de reúso e reciclagem de plástico (PL nº 2524/22)¹²⁴, em análise no Senado, e de uso racional do produto (PL nº 612/07¹²⁵ e 63 projetos apensados), em discussão na Câmara.

A reciclagem do plástico no Brasil é pequena, apenas 1,28%, contra uma média global de 9%. Um estudo realizado pelo Senado apontou que, entre 1995 e

2019, 135 projetos de lei que tratam de limitações ao uso dos plásticos foram apresentados ao Congresso Nacional, mas sempre foram barrados devido ao *lobby* dos setores envolvidos com o tema¹²⁶.

Em abril de 2024, 106 organizações de diversos países do mundo assinaram uma carta direcionada ao Secretariado do INC, apontando a participação expressiva da indústrias de petróleo e de plásticos na terceira rodada de negociações (143 lobistas) e solicitando que fossem



A reciclagem do plástico no Brasil é pequena, apenas 1,28%, contra uma média global de 9%.

adotadas medidas durante as próximas negociações para prevenir o Col e garantir a participação igualitária para grupos impactados pela crise dos plásticos, especialmente povos indígenas, para que participassem significativamente do INC como especialistas técnicos e não apenas como observadores, além de cientistas independentes e jovens¹²⁷. Mas a mais recente rodada de negociações, o INC-4, que ocorreu entre 23 e 29 de abril de 2024, em Ottawa, no Canadá, não foi muito diferente. A presença de lobistas da indústria de combustíveis fósseis aumentou significativamente e vem se expressando na diminuição das ambições do Tratado. Depois de uma plenária cheia de impasses, os países decidiram avançar com o trabalho focando em mecanismos financeiros, produtos plásticos, produtos químicos usados nos plásticos, design de produtos, reutilização e reciclabilidade. As medidas que abordam a redução

da produção, por exemplo, sofrem a maior resistência, embora sejam centrais para alcançar um tratado efetivo que possa responder às crises climáticas, de biodiversidade e de poluição. O texto ainda apresenta inúmeros trechos não consensuais que devem ser discutidos na rodada final em Busan, na Coreia do Sul, em novembro de 2024. A indústria tem as suas atividades econômicas diretamente relacionadas com o aumento da produção dos plásticos, e por esse motivo o interesse dessas corporações em participarem das tratativas e interferirem no Tratado, evidenciando os interesses mais corporativos do que coletivos. Assim como ocorreu na Cúpula dos Sistemas Alimentares, o Tratado Global sobre Poluição Plástica, que também faz parte dos esforços da ONU para abordar questões urgentes e globais, está enfrentando desafios semelhantes relacionados à interferência da indústria, conforme de-

EVENTOS PARALELOS AO INC-3 COM INTERFERÊNCIA DA INDÚSTRIA:

INC-3 Evento Paralelo 1 - “Promovendo o consumo e a produção sustentáveis de plásticos” - Apresentação 4: Abordagens de Economia Circular para Embalagens” - Carolyn Panzarella, Gerente Sênior de Política Ambiental Global PepsiCo, em nome do Conselho Internacional de Associações de Bebidas.



Tema 6: Meios de implementação, incluindo mobilização de recursos e mecanismo financeiro - presença da Global Plastic Action Partnership - financiada pela Coca-Cola e pela Nestlé.¹²⁸



monstramos na primeira publicação do Dossiê *Big Food*.

Na Cúpula dos Sistemas Alimentares, observou-se uma interferência significativa da indústria de alimentos, com grandes corporações muitas vezes dominando as discussões e moldando as políticas de acordo com seus interesses comerciais¹²⁹. Essa influência corporativa pode minar os objetivos da cúpula, resultando em políticas que favorecem lucros em detrimento da saúde pública e da sustentabilidade ambiental. Da mesma forma, o Tratado Global sobre Poluição Plástica enfrenta o desafio de cooptação do debate por interesses corporativos, com diferentes corporações buscando influenciar as negociações e enfraquecer medidas que possam afetar seus lucros. Essa interferência pode comprometer a eficácia do Tratado em abordar adequadamente a crise da poluição plástica e proteger o meio ambiente e a saúde humana. Ambos os casos destacam a necessidade urgente de garantir a transparência, responsabilidade e independência dos processos decisórios dentro da ONU, a fim de evitar a prevalência dos interesses corporativos sobre o bem-estar coletivo.

O Tratado Global contra Poluição Plástica deve ser concebido como mais um instrumento para avançar no cumprimento dos direitos humanos, garantindo o direito a um ambiente limpo, saudável e sustentável. Segundo o Escritório do Alto Comissário das Nações Unidas para os Direitos Humanos (do inglês *Office of the United Nations High Commissioner for Human Rights* - OHCHR), é crucial que o tratado resguarde os direitos daqueles que são mais impactados pela produção e poluição plástica, especialmente grupos marginalizados. Além disso, o tratado deve estabelecer mecanismos eficazes para responsabilizar as corporações pelo ciclo completo de seus produtos, protegendo contra conflitos de interesses e garantindo que a implementação não seja comprometida por influências corporativas, seguindo o exemplo estabelecido no artigo 5.3, da CQCT. Outro ponto crucial é que o tratado deve visar interromper a contribuição da poluição plástica para a crise planetária, adotando medidas concretas para reduzir o uso de plásticos descartáveis, promover a economia circular e incentivar práticas sustentáveis em toda a cadeia de produção e consumo de plástico.

Taxonomia das Estratégias de Enquadramento



BONS ATORES: CORPORAÇÕES



Estratégia de enquadramento

As corporações são entidades legais.

Representantes do setor de plásticos e os países exportadores de petróleo e petroquímicos, como Arábia Saudita, China e Rússia, querem a permanência do uso do plástico e os argumentos se concentram na reciclagem, na economia circular e na reutilização do material. Usam táticas para esvaziar a argumentação com esse foco e diminuir os impactos ambientais provocados pelos plásticos.

A indústria é um ator econômico chave.

A indústria tem as suas atividades econômicas diretamente relacionadas com o aumento da produção dos plásticos e por esse motivo o interesse dessas corporações em participarem das tratativas e interferirem no Tratado, evidenciando os interesses mais corporativos do que coletivos.

A indústria é defensora da saúde pública.

A *Business Coalition* defende embalagens reutilizáveis e reciclagem para que o material retorne à cadeia de consumo, assim o plástico nunca se tornaria lixo ou poluição e o valor dos produtos e materiais seria retido na economia.

A indústria é um ator legítimo nas formulações de políticas.

As corporações divulgam narrativas de que estão envolvidas e comprometidas no processo de discussão do Tratado, porém, na prática, elas continuam representando uma ameaça à conservação ambiental.

As corporações são socialmente responsáveis.

Na terceira sessão de negociações sobre o Tratado, o Conselho de Cooperação do Golfo solicitou que fosse considerada a importância dos plásticos para a vida humana e para as economias. Ele sugere a gestão dos resíduos plásticos e uma transição que permita aos países acesso às tecnologias para tornar o resíduo mais reciclável.



**A SOLUÇÃO ACEITÁVEL E “BOA”:
FOCADA NO INDIVÍDUO, APOIA-
DA PELAS CORPORAÇÕES.**



Estratégia de enquadramento

**As soluções devem
visar os indivíduos, não
populações inteiras.**

Em um comunicado à imprensa, a Nestlé destaca a importância da reciclagem com o lançamento do movimento “Juntos pela Reciclagem”, que tem o foco principal em estimular a conscientização dos consumidores sobre o descarte correto dos resíduos. Participam da iniciativa da Nestlé empresas como a Cargill, o iFood, a PepsiCo e a Unilever. O discurso da corporação é apostar na mudança de hábitos individuais, mostrando que o lixo plástico pode ser matéria-prima para os sistemas produtivos e ainda ser fonte de renda aos catadores de materiais.



**A SOLUÇÃO INACEITÁVEL,
“RUIM”: POPULAÇÃO INTEIRA,
ESTATUTÁRIA.**



Estratégia de enquadramento

**As políticas resulta-
rão em perdas para as
empresas, economia e
sociedade.**

O Conselho de Cooperação do Golfo defende a importância dos plásticos para a vida humana, para as economias, para a implementação dos ODS e outros instrumentos internacionais.

Algumas estratégias identificadas¹³⁰



ACESSAR E INFLUENCIAR A FORMULAÇÃO DE POLÍTICAS



Estratégias e mecanismos

Presença de caravanas de representantes da indústria petroquímica e produtos alimentícios ultraprocessados nas delegações dos Estados nas rodadas de negociações do Comitê Intergovernamental de Negociação para a elaboração de um tratado global de Plástico.^{131,132}

Durante a INC-3, ocorreram eventos paralelos (*workshops*) que contaram com funcionários da Pepsico e da Mars como palestrantes.^{133,134}



FABRICAR APOIO PÚBLICO PARA POSIÇÕES CORPORATIVAS



Estratégias e mecanismos

Criação da Coalizão Empresarial para um Tratado Global de Plásticos (*Business Coalition for a Global Plastics Treaty*, em inglês), uma aliança entre corporações de diferentes setores industriais para endereçar tratativas em relação ao Tratado do Plástico.¹³⁵

O discurso é estruturado para enquadrar a economia circular como uma das soluções, prevendo a reutilização, recuperação e reciclagem após o uso, em vez de propor a redução da produção. A *Business Coalition* defende “que o plástico nunca se torne lixo ou poluição, e o valor dos produtos e materiais seja retido na economia”.¹³⁶

A PepsiCo e a Nestlé assinaram o Pacto Global dos Plásticos em 2019, documento do PNUMA e da Fundação Ellen MacArthur para fomentar a economia circular. As corporações que aderiram ao Pacto fabricam cerca de 20% das embalagens no mundo que são apoiadas nessa alternativa, porém apenas 2% da produção é considerada para reúso.



DESLOCAR E USURPAR A SAÚDE PÚBLICA



Estratégias e mecanismos

As corporações possuem ações voluntárias de gerenciamento de resíduos e reciclagem de plásticos.

A Nestlé lançou a campanha “Juntos pela Reciclagem”, com materiais direcionados à população geral e estímulo à reciclagem individual, entretanto, a maior parte de suas embalagens são de uso único, de material não reciclável. A maior parte do material não reciclável que chega às cooperativas vem da Nestlé.¹³⁷

5.3 A INDÚSTRIA DE PRODUTOS ALIMENTÍCIOS *PLANT-BASED* E A FALÁCIA DA SAUDABILIDADE E DA SUSTENTABILIDADE

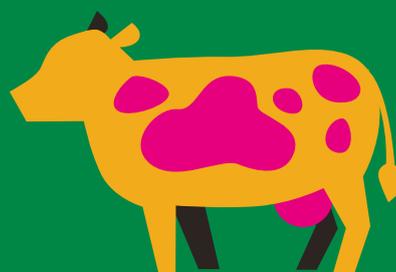


As mudanças no estilo de vida e na alimentação da sociedade urbanizada ocidental mostram-se cada vez mais urgentes, tanto por questões associadas à saúde quanto ao meio ambiente. Diversos estudos relacionam o padrão alimentar com o consumo excessivo de ultraprocessados, ricos em açúcar, gorduras e sódio, ao surgimento de obesidade e DCNT como diabetes, hipertensão e alguns tipos de câncer^{138,139,140,141}. Há, também, uma relação importante entre os sistemas agroalimentares e o meio ambiente: só em 2017, eles foram responsáveis por 23% do total das emissões de GEE, com destaque para o gás metano (CH₄), formado em grande parte pela fermentação entérica dos animais ruminantes, e o óxido nitroso, liberado pelos dejetos desses animais¹⁴². Nesse contexto, a pecuária representa 14,5% das emissões¹⁴³ de GEE, além de se relacionar com a perda da biodiversidade e surtos de doenças zoonóticas.

Uma das alternativas proposta por pesquisadores e especialistas para contribuir tanto com a saúde da população quanto com a redução das emissões de GEE e preservação da biodiversidade é o aumento do consumo de alimentos de origem vegetal e a redução do consumo de alimentos de origem animal. O termo em inglês *plant-based*, que pode ser

A pecuária representa
14,5% das
emissões de gases
do efeito estufa

e se relaciona com a
perda da biodiversidade
e surtos de doenças
zoonóticas.



traduzido para o português como “à base de plantas”, vem sendo usado pela ciência para identificar e descrever uma dieta baseada em alimentos vegetais, incluindo ou não pequenas porções de alimentos de origem animal, como alguns tipos de carnes e produtos lácteos. A sua associação com desfechos positivos em saúde popularizou o termo, que passou a ser usado pela indústria de alimentos para identificar produtos alimentícios à base de ingredientes de origem vegetal que mimetizam os alimentos de origem animal em relação à aparência e experiência sensorial. Ainda não existe no Bra-

O QUE É PLANT-BASED



INDÚSTRIA

O QUE É VENDIDO COMO PLANT-BASED



sil uma definição legal sobre esses produtos *plant-based*, mas a maior parte consiste em ultraprocessados. Em geral, eles possuem como base ingredientes de origem vegetal como soja, ervilha e glúten do trigo, e seu objetivo é “simular aparência, textura, sabor e outros atributos de produtos de origem animal, como carnes e produtos cárneos (hambúrguer, linguiça, salsicha), pescados, ovos, leite e derivados lácteos”¹⁴⁴.

Esse é um mercado já estabelecido fora do Brasil, mas por aqui ainda está em crescimento e é representado por *startups* que trabalham com tecnologia de alimentos, as chamadas *foodtechs*, para a criação e o desenvolvimento de produtos alimentícios vegetais cada vez mais parecidos com alimentos de origem animal. Uma das primeiras empresas do segmento foi a americana Impossible Foods, fundada em 2011¹⁴⁵. No Brasil, a pioneira foi a empresa Fazenda Futuro, em 2019¹⁴⁶. Desde então, as marcas e os produtos desse nicho se multiplicaram, revestidos pelo verniz da inovação e associados a rótulos saudáveis reforçados

pela publicidade das marcas, sempre voltada às classes média e alta no Brasil. Segundo o relatório do IPES-Food “Proteínas e política: mitos e fatos sobre carne, peixe, ‘proteínas alternativas’ e sustentabilidade”, até 2025, a previsão é de que essas corporações movimentem US\$ 28 bilhões no mundo, sete vezes mais em comparação com 2020¹⁴⁷.

A alta tecnologia e as projeções para o crescimento do setor atraíram investimentos de grandes nomes da tecnologia como Jeff Bezos, fundador da Amazon, um dos investidores da chilena NotCo, e Bill Gates, da Microsoft, um dos investidores da americana Impossible Foods. A financeirização da economia que estrutura a trajetória de inovação na área de informática migra para o desenvolvimento de tecnologia de alimentos. Isso proporciona uma aceleração da capacidade de alcançar escala, permitindo que novas empresas tornem-se globais em tempo recorde com o auxílio do sistema de capital financeiro.

O crescimento desse nicho de mercado, aparentemente crítico e con-

trário ao modelo do agronegócio, acabou por atrair os grandes frigoríficos para o setor, como a JBS, a BRF e a Tyson Foods, que adquiriram *foodtechs* ou criaram estratégias para o desenvolvimento de linhas de produtos *plant-based*. A lógica de mercado permite que as corporações absorvam as críticas e atribuam diferentes valores para suas mercadorias¹⁴⁸, que não se destinam apenas ao público vegetariano, mas também àquele interessado apenas em reduzir o consumo de carne, seja por saúde ou preocupação ambiental, os chamados “flexitarianos”. Este é um público muito disputado pela indústria alimentícia, pois não abandonam, apenas reduzem, o consumo de carne e procuram novas alternativas como os produtos *plant-based*, preocupando-se menos com a origem (se de grandes frigoríficos ou de empresas que produzem apenas produtos vegetarianos) do que o público vegano (que se importa não apenas com o que consomem na alimentação, mas com a cadeia de produção, e em todos os setores de consumo, como vestuário, produtos de higiene e beleza etc.).

Por ser uma classe nova de produtos, a regulação brasileira para o setor *plant-based* é ainda incipiente. Em 2021, o MAPA abriu uma Tomada Pública de Subsídios (TPS)¹⁴⁹ para estabelecer os requisitos mínimos regulatórios para a comercialização desses produtos. A TPS incluiu no-

menclatura, informações no rótulo, composição estritamente vegetal e padrão de qualidade, com o objetivo de estabelecer uma concorrência de mercado democrática entre os alimentos à base de plantas, as proteínas alternativas e as de origem animal. No total, a TPS recebeu 332 contribuições, com a participação de representantes de todas as regiões brasileiras e de seis países¹⁵⁰. Após a realização da consulta e de oficinas com 12 representantes do *Big Agro* e da *Big Food* e de apenas dois representantes da sociedade civil (Põe no Rótulo e Idec)¹⁵¹, a Anvisa identificou como problema regulatório a assimetria de informação no mercado de alimentos *plant-based*, que afeta “o direito fundamental do consumidor à informação adequada e clara sobre os diferentes produtos e serviços, com especificação de suas características, composição e riscos”¹⁵². Isso significa que, por mais importante que seja o avanço nas pesquisas para o desenvolvimento de novos produtos, é fundamental que o consumidor seja informado e entenda exatamente o que está sendo disponibilizado para o seu consumo. A TPS deu origem a uma CP em 2023 para estabelecer requisitos mínimos de identidade e qualidade para produtos *plant-based*¹⁵³. O tema vem sendo discutido entre o MAPA, a Anvisa e entidades representativas do setor produtivo, como associações e sindicatos.

A indústria alimentícia identifica novos nichos de mercado e, para conquistá-los, utiliza-se de diferentes estratégias de publicidade para se aproximar do consumidor, além de associar seus produtos e suas marcas à saúde e à sustentabilidade. Algumas empresas criam parcerias com influenciadores, como a Fazenda Futuro, que convidou a cantora Anitta a ser sócia para “participar da gestão do negócio, atuar em projetos de inovação e ajudar a marca a difundir o consumo de carne feita de plantas no Brasil e no exterior”¹⁵⁴ e lançou uma linha de produtos com seu nome¹⁵⁵. Outras estratégias mais comuns incluem desde o nome utilizado para a identificação das linhas *plant-based* até estratégias de design como embalagens *clean label* (“rótulo limpo”, que significa produtos com poucos ingredientes, aditivos e conservantes alimentares) e o uso de alegações de saudabilidade (como ausência de aditivos, hormônios e transgênicos e a presença de ingredientes orgânicos, baixa pegada de carbono etc.), mesmo que a composição apresente excesso de sódio e gorduras. Um estudo mostrou que consumidores têm uma maior predisposição a comprar produtos alimentícios *plant-based* quando o rótulo apresenta informações sobre o conteúdo de carbono, o que é um indício de que valorizam informações sobre sustentabilidade¹⁵⁶.

A própria nomenclatura desses produtos é um tema bastante discutido em vários países, principalmente do Norte global, pois o setor agropecuário não aceita que produtos de origem vegetal que imitam os de origem animal sejam nomeados da mesma maneira (como o leite vegetal, que deveria ser denominado como “bebida vegetal”, já que formalmente leite é uma secreção produzida pelas glândulas mamárias dos mamíferos). De um lado, há a alegação de que apresentar um produto *plant-based* de maneira similar aos produtos de origem animal (seja nomeando como leite, queijo, hambúrguer, salsicha etc, ou utilizando imagens de alimentos de origem animal na embalagem) e a própria disposição desses produtos no supermercado podem confundir o consumidor, seja sobre sua origem (animal ou vegetal) ou sobre a composição nutricional, já que as características nutricionais dos produtos de origem vegetal não são correspondentes aos de origem animal da mesma categoria (como leites e queijos). Por outro lado, há a justificativa de que os termos, formatos e embalagens semelhantes usados são importantes por transmitirem informações sobre as experiências sensoriais que o consumidor pode esperar do produto¹⁵⁷. Esses diferentes entendimentos são conflitantes e essa é uma batalha ainda longe de ter um fim. Apesar de muitos desses

produtos precisarem se adequar à nova norma de rotulagem nutricional brasileira (RDC nº 429/2020 da Anvisa¹⁵⁸), faz-se necessária uma norma específica da Anvisa para garantir uma comunicação clara ao consumidor sobre as particularidades desses alimentos, incluindo denominação de venda, composição, equivalência nutricional e rotulagem. A indústria acompanha as polêmicas sobre a composição desses produtos, que passam por reformulação constante, tanto para aperfeiçoar a textura e o sabor quanto para tentar melhorar o perfil nutricional. A Fazenda Futuro, por exemplo, reduziu o teor de gordura e de sódio do hambúrguer da linha Futuro Burger 2030 em relação à versão anterior¹⁵⁹, e a marca The New mudou de nome (era The New Butchers) e alterou a composição dos produtos, reduzindo sódio e gordura saturada e aumentando o teor de proteínas¹⁶⁰, ainda que a composição nutricional continue inadequada, com excesso de sódio e de gorduras totais, por exemplo, e uso de aditivos alimentares, além de proteínas vegetais isoladas. Essa, inclusive, é uma das questões fundamentais que orientam as discussões sobre a regulação desses produtos no Brasil: a atenção quanto ao uso de alegações de saudabilidade e de sustentabilidade para a venda dos produtos *plant-based* com potencial de engano¹⁶¹.

Outras questões muito discutidas, não apenas no Brasil, mas também no exterior, abordam o uso de coadjuvantes de tecnologia e o emprego de novas técnicas para a fabricação desses alimentos, como fermentação de precisão e o cultivo de carne em laboratório. Esta última, apesar de não ser à base de plantas, enquadra-se na categoria de novas tecnologias de substitutos da carne, que buscam reduzir custos e recursos para sua produção. As informações divulgadas por pesquisas da indústria destacam que a técnica é capaz de gerar uma economia de água entre 80% e 95% e reduzir a emissão de GEE entre 70% e 90%, além de evitar o sacrifício de animais, liberando espaço de terras para outros cultivos e reduzindo a necessidade do uso de antibióticos¹⁶². Apesar de estimativas indicarem que os impactos ambientais da produção em larga escala da carne cultivada seriam “menores do que os da carne bovina, e possivelmente da carne de porco, mas maiores do que os da carne de frango e dos *plant-based* ultraprocessados”¹⁶³, atualmente sua produção ainda é inviável economicamente. Porém, as agências reguladoras de diversos países, como Estados Unidos da América (EUA), Holanda, Canadá e Israel, já discutem a regulamentação, focando principalmente no controle sanitário e na segurança de consumo. Atualmente, Singapura

é o único país onde a comercialização de carne cultivada é permitida legalmente, e em Israel, apesar de não serem ainda comercializados, é possível consumir alguns produtos cultivados em restaurantes¹⁶⁴.

As grandes corporações do setor alimentício têm investido milhões de dólares em pesquisa para que a tecnologia torne-se comercialmente viável. A JBS, por exemplo, anunciou investimento de aproximadamente US\$ 62 milhões no JBS Biotech Innovation Center, centro de pesquisa, desenvolvimento e inovação em proteína cultivada financiado pela empresa.¹⁶⁵ A busca por soluções para o sistema alimentar liderada pelas corporações, que usam como argumento que isso teria um impacto positivo na sustentabilidade, mostra-se “severamente limitada pelo modelo empresarial de um setor agroalimentar industrial altamente concentrado, baseado em práticas sistematicamente abusivas e que gera custos ocultos ou “externalidades””¹⁶⁶.

Nesse assunto, aliás há evidente tensão entre os grandes atores da agropecuária, como os frigoríficos JBS e BRF, e as *startups* que pesquisam essa tecnologia, o que deu origem ao PL nº 4616/2023¹⁶⁷, que tem como objetivo proibir a pesquisa privada e a produção, a reprodução, a importação, a exportação e a comercialização de carne animal cultivada em laboratório no território

nacional. Seu autor, Tião Medeiros (PP/PR), é presidente da Comissão de Agricultura na Câmara dos Deputados e membro da Frente Parlamentar da Agropecuária (FPA), também conhecida como bancada ruralista, que defende os interesses do agronegócio. Entre as justificativas para o PL, destaca-se a proteção da “indústria pecuária nacional, que é uma das mais importantes do país, gerando milhões de empregos e sendo responsável por uma parcela significativa do PIB [produto interno bruto]”¹⁶⁸.

O PL gerou descontentamento entre entidades que atuam com pesquisa e desenvolvimento de proteínas alternativas no Brasil, que publicaram notas rebatendo seu teor e legalidade¹⁶⁹. Apesar do posicionamento político contrário ao desenvolvimento de pesquisas sobre o tema, a Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC) e o JBS Biotech Innovation Center assinaram, em novembro de 2023, um protocolo para o desenvolvimento de ações conjuntas para pesquisa, desenvolvimento e inovação na área de biotecnologia de alimentos, em especial para a produção de proteína cultivada¹⁷⁰, na qual grandes empresas e *foodtechs* têm investido muito dinheiro com a perspectiva de obter lucro com baixos custos de produção no futuro, em comparação à produção agropecuária tradicional. Um dos repre-

sentante do setor, o The Good Food Institute (GFI), publicou uma nota em que afirma que o projeto utiliza “argumentos infundados e que contrariam a própria ciência”, além de inviabilizar o crescimento de um setor (*plant-based*, cultivadas e obtidas por fermentação) que deve representar de 11 a 22% do mercado global de carnes até 2035¹⁷¹.

O GFI é uma organização internacional e identifica-se como filantrópica sem fins lucrativos, voltada para a transformação do sistema de produção de alimentos por meio de pesquisa e desenvolvimento de proteínas alternativas (entre elas produtos *plant-based*). No Brasil, recebe financiamento de transnacionais e realiza *advocacy* na área de proteínas alternativas. O GFI funciona representando e defendendo os interesses de um grupo, sem que as corporações precisem expor sua imagem diante do público. É importante destacar que, de acordo com um estudo que investigou atividades políticas corporativas, questões subjetivas como as relações sociais entre políticos e representantes da indústria podem influenciar a elaboração e a votação de leis, além de possibilitar acesso aos principais tomadores de decisão para exercer influência política¹⁷². Além de se posicionar no caso do PL nº 4616/2023, o GFI Brasil aparece como representante desse setor em diferentes momentos, inclusive na

discussão para uma legislação tributária diferenciada para os produtos *plant-based* que possibilite a redução dos preços, que hoje são ainda bastante elevados. Um dos objetivos é permitir que esses produtos possam representar uma concorrência mais direta com os alimentos de origem animal, que possuem isenção total de PIS e Cofins e alíquota reduzida do ICMS¹⁷³. Os altos preços de venda dos produtos *plant-based* contribuíram com a estagnação do mercado em 2022 nos EUA, por exemplo. Segundo a pesquisa *Future of Fresh*, da consultoria Deloitte¹⁷⁴, esses produtos são considerados supérfluos para uma parte do mercado consumidor e, em tempos de crise financeira, são os primeiros a serem retirados da lista de compras.

Outro ponto importante que aparece na pesquisa e que já preocupa a indústria brasileira tem relação com a formulação desses alimentos. Entre os consumidores entrevistados, notou-se uma redução do número de consumidores que consideram produtos *plant-based* em geral mais saudáveis e foi evidenciada uma preocupação cada vez maior com a composição nutricional desses produtos. No Brasil, mesmo que ainda não exista uma legislação específica para os produtos *plant-based*, as recomendações do Guia Alimentar para a População Brasileira (aqui chamado de Guia)¹⁷⁵ do Ministério da



Saúde podem auxiliar o consumidor a escolher melhor entre esses produtos. O Guia utiliza a classificação Nova de alimentos, que considera a extensão e o propósito do processamento a que alimentos são submetidos, e não apenas seus nutrientes, para identificar aqueles que são classificados como ultraprocessados e devem ser evitados na rotina alimentar. Em geral, os ultraprocessados têm excesso de sódio, gorduras, açúcares e calorias, além de aditivos alimentares e ingredientes de uso culinário raro. Outra questão fundamental abordada no Guia e que merece ser trazida à luz quando se trata de sistemas alimentares diz respeito aos impactos do consumo de novos produtos alimentícios, especialmente ultraprocessados, na cultura local. Em um país com cultura alimentar tão diversa como o Brasil, que tem uma base alimentar nutricionalmente adequada (com consumo de leguminosas, cereais, verduras e legumes) a discussão sobre produtos *plant-based* ultraprocessados e as alegações sobre necessidades adicionais de proteínas na dieta

mostram-se enviesadas, baseadas em um nutricionismo¹⁷⁶ (que é a redução dos alimentos a seus nutrientes, como carboidratos, proteínas e gorduras) que é cooptado pela publicidade para criar necessidades e vender produtos.

Dessa maneira, é importante reforçar a necessidade de uma regulação que

alerte sobre os riscos de ultraprocessados para a saúde e a qualidade de vida dos indivíduos. Diversos estudos associam seu consumo com o aumento do risco de obesidade e de outras DCNT^{177,178,179}. Assim, regular a produção, a composição e a divulgação desses produtos não tem relação apenas com o desenvolvimento de tecnologia, mas, principalmente, com

os impactos na saúde pública e no sistema de produção de alimentos, garantindo a segurança e a comunicação clara ao consumidor sobre esses produtos.

Ademais, mesmo com a mudança no nicho de atuação, os atores do mercado agroalimentar continuam os mesmos: a *Big Food* e o *Big Agro*. Apoiados no desenvolvimento de

Regular a produção, a composição e a divulgação dos produtos *plant-based* não tem relação apenas com o desenvolvimento de tecnologia, mas, principalmente, com os impactos na saúde pública e no sistema de produção de alimentos.

alta tecnologia e em aportes financeiros bilionários, formam um mercado altamente concentrado, dominado pelas grandes corporações e atrelado ao sistema financeiro¹⁸⁰. Além disso, são mantidas as cadeias de exploração de mão-de-obra e de recursos naturais, com o uso de matéria-prima da monocultura (em grande parte alimentos transgênicos produzidos por grandes conglomerados com o uso de agrotóxicos). Outro ponto de atenção é que, embora o mercado *plant-based* ainda esteja em expansão e produtos como a carne cultivada ainda estejam na fase de pesquisa e desenvolvimento, o setor produtivo já se organizou por meio de entidades representantes, como o GFI, para a realização de *lobby* com gestores públicos. Seu foco é ressaltar os pontos positivos desse mercado, especialmente sobre uso de inovação tecnológica e menores impactos ambientais, ofuscando preocupações sobre a qualidade desses produtos e as consequências de seu consumo para a saúde pública, além de não acarretar em mudanças significativas no sistema alimentar como um todo. O que de fato faria sentido seria o fortalecimento de agricultores familiares e comunidades tradicionais e a valorização da produção que respeita a biodiversidade e a cultura alimentar locais^{181,182,183}, conforme orientam diretrizes para uma alimentação saudável e sustentável como o Guia Alimentar para a População Brasileira.

NUTRIENTES

ULTRAPROCESSADOS



Classificação **Nova** de alimentos Guia Alimentar para a População Brasileira: considera a extensão e o propósito do processamento.

Em geral, os ultraprocessados devem ser evitados por possuírem excesso de **sódio, gorduras, açúcares e calorias**, além de **aditivos alimentares e ingredientes de uso culinário raro**.



| Taxonomia das Estratégias de Enquadramento¹⁸⁴



BONS ATORES: CORPORAÇÕES



Estratégia de enquadramento

A indústria é defensora da saúde pública.

O GFI se coloca como importante ator no desenvolvimento de produtos feitos de plantas, cultivados a partir de células ou obtidos por fermentação, para contribuir com a mitigação do impacto ambiental do sistema alimentar, diminuir o risco de doenças zoonóticas, alimentar mais pessoas com menos recursos e promover uma cadeia de produção de alimentos que não dependa de animais.

A indústria é vítima.

O GFI Brasil se manifestou contra o PL nº 4616/2023, proposto pela bancada do *Big Agro* para proibir a pesquisa, a produção, a reprodução, a importação, a exportação e a comercialização de carne animal cultivada em laboratório no território nacional. Alega que o projeto utiliza “argumentos infundados e que contrariam a própria ciência”, além de inviabilizar o crescimento de um setor (*plant-based*) que deve representar de 11 a 22% do mercado global de carnes até 2035.



A SOLUÇÃO ACEITÁVEL E “BOA”: FOCADA NO INDIVÍDUO, APOIADA PELAS CORPORAÇÕES.



Estratégia de enquadramento

As soluções devem ser autorregulamentadas e não perturbar os negócios.

A indústria acompanha as polêmicas sobre a composição desses produtos, que passam por reformulação constante, tanto para aperfeiçoar a textura e o sabor, quanto para tentar melhorar o perfil nutricional, ainda que a composição nutricional continue inadequada, com excesso de sódio e de gorduras totais, por exemplo, e uso de aditivos alimentares, além de proteínas vegetais isoladas.



ACESSAR E INFLUENCIAR A FORMULAÇÃO DE POLÍTICAS



Estratégias e mecanismos

Representantes do *Big Agro* e da *Big Food* criaram uma coalizão para participar da TPS, iniciada em 2021, defendendo interesses mercadológicos, que em muitos casos são conflitantes com interesses de saúde pública. Os resultados foram apresentados com exclusividade no 2º Seminário de defesa agropecuária (Sedagro), em São Paulo, em março de 2023¹⁸⁶. Entre os itens relacionados aos requisitos regulatórios na TPS, o item “informações obrigatórias na rotulagem dos *plant-based*” recebeu 285 contribuições, o maior número, o que demonstra preocupação com identificação e apresentação desses produtos nos locais de vendas.

Participação de 12 representantes do *Big Agro* e da *Big Food* (ABIA*, ABIAD*, ABIR*, Viva Lácteos, ABIPESCA*, ABIQ*, ABIEC*, ABPA*, ABBI*, ABIAM*, ITAL* e GFI) nas oficinas virtuais da Anvisa para identificação do problema regulatório e dos agentes afetados sobre o tema *plant-based*¹⁸⁷, e de apenas dois representantes da sociedade civil (Põe no Rótulo e Idec), demonstrando uma assimetria de forças.

Entre as atividades do GFI que visam a aproximação com os órgãos do governo estão reuniões com o MCTI¹⁸⁸ e participação em workshop online com o ministério sobre estudos em proteínas alternativas e principais lacunas para inovações no setor¹⁸⁹; e reunião com representantes do MAPA¹⁹⁰ e da Anvisa para apresentação do GFI e do setor de carne cultivada^{191,192,193,194,195}. Essa aproximação possibilita acesso aos principais tomadores de decisão para exercer influência política, além de estabelecer relações sociais entre políticos e representantes da indústria, o que pode influenciar a elaboração e a votação de leis¹⁹⁶.

* Associação Brasileira da Indústria de Alimentos (ABIA)

* Associação Brasileira da Indústria de Alimentos para Fins Especiais e Congêneres (ABIAD)

* Associação Brasileira das Indústrias de Refrigerantes e de Bebidas não Alcoólicas (ABIR)

* Associação Brasileira das Indústrias de Pescados (ABIPESCA)

* Associação Brasileira das Indústrias de Queijo (ABIQ)

* Associação Brasileira das Indústrias Exportadoras de Carnes (ABIEC)

* Associação Brasileira de Proteína Animal (ABPA)

* Associação Brasileira de Bioinovação (ABBI)

* Associação Brasileira da Indústria e Comércio de Ingredientes e Aditivos para Alimentos (ABIAM)

* Instituto de Tecnologia de Alimentos (ITAL)

GFI participou da COP 28 em Dubai¹⁹⁷, estabelecendo contatos e associando seu nome a eventos e temas de relevância internacional. Participaram dos seguintes painéis:

UNFCCC, evento paralelo oficial - “Liberando o Poder das Proteínas Alternativas para a Resiliência Climática e Segurança Alimentar”- Gustavo Guadagnini, presidente do GFI Brasil como moderador;

“Desbloqueando a transformação do sistema agroalimentar: Alinhando a agricultura regenerativa com escolhas alimentares sustentáveis” - Palestrante: Gus Guadagnini, presidente do GFI Brasil;

“Dando destaque e ampliando soluções climáticas” - Palestrante: Mariana Bernal, analista de políticas públicas do GFI Brasil;

“Petiscos Sustentáveis para Futuros Campeões. Palestrante”: Mariana Bernal, analista de políticas públicas do GFI Brasil¹⁹⁸.

“A transição dos sistemas alimentares e suas implicações para o meio ambiente, consumo e saúde pública” - evento co-organizado pelo GFI;



FABRICAR APOIO PÚBLICO PARA POSIÇÕES CORPORATIVAS



Estratégias e mecanismos

Empresas criando parcerias com influenciadores, como a Fazenda Futuro com a cantora Anitta, que entrou como sócia para “participar da gestão do negócio, atuar em projetos de inovação e ajudar a marca a difundir o consumo de carne feita de plantas no Brasil e no exterior”.¹⁹⁹ Juntos, lançaram uma linha de produtos com seu nome.²⁰⁰

Formação do GFI, organização filantrópica sem fins lucrativos voltada para a transformação do sistema de produção de alimentos por meio de pesquisa e desenvolvimento de novos produtos plant-based que recebe financiamento de empresas do agronegócio como a JBS, além de outras grandes corporações como Mantiqueira Brasil e Fazenda Futuro. Por meio do GFI, as empresas garantem a defesa dos seus interesses sem necessariamente expor sua imagem corporativa perante a população, e a instituição funciona como um representante para estabelecer parcerias com ministérios como o MAPA, o MCTI e a própria Anvisa.



MOLDAR EVIDÊNCIAS PARA CRIAR DÚVIDAS

O GFI produz e fornece material sobre *plant-based*: gráficos, pesquisas etc. O material disponibilizado é produzido pelo GFI com o objetivo de mostrar o potencial de crescimento do mercado de proteínas alternativas no Brasil, comparação nutricional e aceitabilidade desses produtos pelo consumidor. Por ter como foco de trabalho esse setor e receber investimentos de empresas e fazer *lobby* na área, é evidente a existência de conflito de interesses na produção deste material.



Estratégias e mecanismos

Parceria do GFI com a Universidade Estadual de Campinas (Unicamp) para um estudo com foco em proteínas vegetais nacionais a fim de avaliar o potencial de matérias-primas cultivadas no Brasil para aplicação em alimentos vegetais análogos²⁰¹.*

*Alt Protein Project*²⁰² - Criado em 2020 pelo GFI, promove educação, pesquisa e inovação em proteínas alternativas. Possui mais de 450 membros ativos em diversos países como Suíça, Turquia, Portugal, Brasil, Malásia e Japão.

A UFSC e o JBS Biotech Innovation Center assinaram em novembro de 2023 um protocolo para o desenvolvimento de ações conjuntas para pesquisa, desenvolvimento e inovação na área de biotecnologia de alimentos, em especial para a produção de proteína cultivada²⁰³.*

**Em ambos os casos, é preciso ficar atento à gestão de Col) e transparência, já que serão pesquisas desenvolvidas com o financiamento da indústria.*



DESLOCAR E USURPAR A SAÚDE PÚBLICA



Estratégias e mecanismos

Marcas reformulam constantemente seus produtos *plant-based*, alegando querer melhorar sabor, textura e perfil nutricional. Mas a grande questão em relação à reformulação desses produtos é que, por não existir uma regulação específica, não é possível para o consumidor saber se isso trará benefícios à saúde ou se essas alegações são usadas apenas como estratégia de venda dos produtos, com potencial de engano.



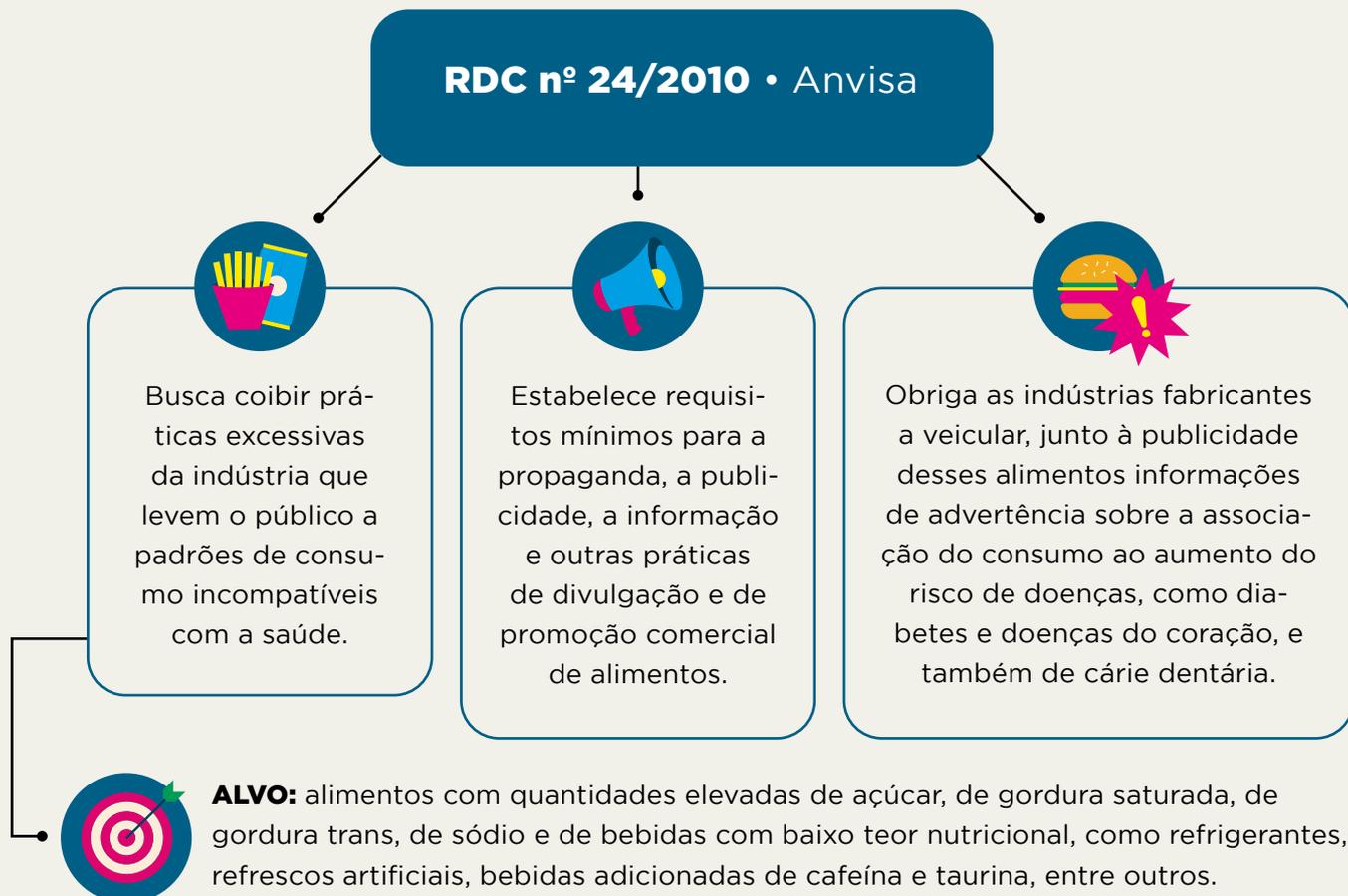
5.4 A REGULAÇÃO DE ALIMENTOS NO BRASIL E O LOBBY DA INDÚSTRIA DE ALIMENTOS



Os números de mortes evitáveis no Brasil pelo consumo de ultraprocessados poderiam ser muito menores no país se, há 14 anos, uma norma criada pela Anvisa tivesse sido implementada. A RDC nº 24 de 2010 busca coibir práticas excessivas da indústria que levem o público a padrões de consumo incompatíveis com a saúde. A partir do estabelecimento de requisitos mínimos para a oferta, a propaganda, a publicidade, a informação e outras práticas de divulgação e de promoção comercial dos mencionados alimentos, a RDC obriga as indústrias fabricantes a veicular, junto à publicidade desses alimentos com

quantidades elevadas de açúcar, de gordura saturada, de gordura trans, de sódio e de bebidas com baixo teor nutricional (como refrigerantes, refrescos artificiais, bebidas adicionadas de cafeína e taurina, entre outros), informações de advertência sobre a associação do consumo ao aumento do risco de doenças, como diabetes e doenças do coração, e também de cárie dentária.

Note-se que, muito antes do Guia Alimentar para a População Brasileira de 2014²⁰⁴, do Ministério da Saúde, orientar para que seja evitado o consumo de ultraprocessados a partir de evidências científicas robustas

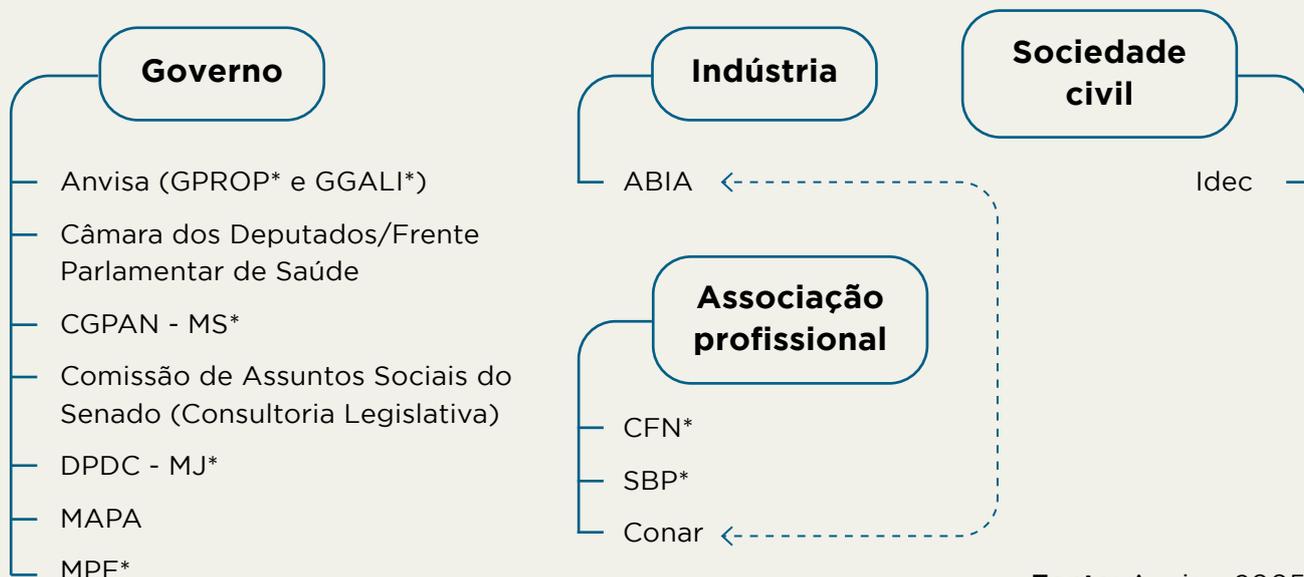


e da nova norma sobre rotulagem nutricional frontal de alimentos embalados²⁰⁵ começar a ser discutida, a Anvisa já entendia que alimentos com excesso de nutrientes críticos deveriam ter seus malefícios sinalizados nas publicidades, de forma a alertar o consumidor e, assim, possivelmente reduzir o seu consumo e, conseqüentemente, os problemas de saúde associados a eles. De acordo com o estudo citado anteriormente, reduções progressivas no consumo de ultraprocessados de 10% a 50% poderiam potencialmente prevenir

de 5.900 a 29.300 mortes por ano, respectivamente²⁰⁶.

O processo que levou à edição da RDC N°24/2010 começou em março de 2005, quando a Anvisa publicou a RDC n° 73, que instituiu um grupo de trabalho (GT) formado por 12 organizações para discutir o tema e apresentar uma proposta de regulamento para o setor²⁰⁷ (Quadro 1). O grupo funcionou até julho de 2006 e resultou na elaboração de uma minuta de regulação²⁰⁸, que foi submetida à CP em novembro de 2006. O setor econômico sempre participou

PARTICIPANTES DO GRUPO DE TRABALHO INSTITUÍDO PELA RDC Nº 73 DE 2005 DA ANVISA



Fonte: Anvisa, 2005.

* Gerência de Monitoramento e Fiscalização de Propaganda, de Publicidade, de Promoção e de Informação de Produtos Sujeitos a Vigilância Sanitária (GPROP)

* Gerência-Geral de Alimentos (GGALI)

* Coordenação-Geral da Política de Alimentação e Nutrição – Mato Grosso do Sul (CGPAN - MS)

* Departamento de Proteção e Defesa do Consumidor – Ministério da Justiça e Segurança Pública (DPDC - MJ)

* Ministério Público Federal (MPF)

* Conselho Federal de Nutrição (CFN)

* Sociedade Brasileira de Pediatria (SBP)

ativamente desse processo, integrando, inclusive, o mencionado GT.

Naquele mesmo ano, a Anvisa dava andamento a tentativas de regulação da publicidade de outros dois importantes setores: medicamentos e bebidas alcoólicas²⁰⁹. Em 2005, a Agência abriu duas consultas públicas, a de número 83, sobre bebidas alcoólicas com teor abaixo de 13

graus Gay-Lussac, e a de número 84, sobre a propaganda de medicamentos. Em ambos os casos, os respectivos setores se mobilizaram, assim como o Conar, que conseguiu pareceres contrários da AGU, culminando na inviabilização dos processos de regulação (Quadro 2). A decisão sobre a CP nº 84 foi amparada pelo precedente obtido pela indústria com o parecer da CP nº 83.

TENTATIVAS DA ANVISA DE REGULAR AS PUBLICIDADES DE MEDICAMENTOS E DE BEBIDAS ALCOÓLICAS

CP nº 83 de 2005

Sobre a regulação da propaganda de bebidas alcoólicas com teor abaixo de 13 graus Gay-Lussac



Em 2007, a Anvisa e o CONAR consultaram juntos a AGU sobre a legalidade da possível regulação da propaganda de bebidas alcoólicas, que considerou que a resolução só teria respaldo legal mediante alteração de lei federal (por projeto de lei ou medida provisória). Diante desse cenário, a Anvisa decidiu recuar, não propondo nenhuma regulação.²¹⁰



CP nº 84 de 2005

Aberta para propor nova resolução para regular a publicidade de medicamentos. Resultou na publicação da **RDC nº 96²¹¹ de 17 de dezembro de 2008** sobre a propaganda, a publicidade, a informação e outras práticas cujo objetivo seja a divulgação ou a promoção comercial de medicamentos.



O CONAR consultou novamente a AGU e, em junho de 2009, obteve novo parecer favorável à indústria de publicidade. A interpretação da AGU era de que a Anvisa havia ultrapassado os limites constitucionais e legais novamente, entrando em uma área de atuação da União, e recomendou a suspensão da resolução ou sua revogação.²¹²

Com esse documento, a indústria de medicamentos recorreu à Justiça e obteve diversas liminares contrárias ao regulamento, que acabaram inviabilizando a sua aplicação.



5.4.1 O LOBBY CONTRA A NORMA

Diante da resistência que a Anvisa enfrentava para regulamentar a publicidade de medicamentos e de bebidas alcoólicas, não foi surpresa ver acontecer o mesmo com a publicidade de alimentos. O CONAR, que havia atuado nos casos anteriores, criou uma coalizão com o empresariado para colocar em prática estratégias de *lobby* na tentativa de impedir a viabilização da norma relativa à publicidade de alimentos com quantidades elevadas de açúcar, de gordura saturada, de gordura trans, de sódio e de bebidas com baixo teor nutricional. Nesse caso, a Associação Brasileira da Indústria de Alimentos (ABIA) e a Associação Brasileira das Indústrias de Refrigerantes e de Bebidas Não Alcoólicas (ABIR) também participaram ativamente.

Primeiramente, o CONAR e a ABIA contrataram um renomado jurista e professor de direito da Universidade de São Paulo (USP) para desenvolver um parecer jurídico sobre a constitucionalidade da norma Anvisa²¹³. Além dos argumentos usados no parecer, a autoridade e reputação do jurista contribuíram para dar credibilidade à sua argumentação pela invalidade da norma sanitária. Assim como nos casos da publicidade de medicamentos e de bebi-

das alcoólicas, a questão jurídica foi usada como estratégia para enfraquecer o processo regulatório.

Como esse parecer não foi suficiente para frear a Anvisa, em setembro de 2006, dois meses antes da expedição da minuta do regulamento na CP nº 71, ciente de que a regulação atrapalharia seus interesses econômicos, o CONAR realizou modificações no Código Brasileiro de Autorregulamentação Publicitária, fortalecendo a regulação da publicidade de alimentos e bebidas e aquela destinada a crianças e jovens²¹⁴. Essa era uma tentativa de sinalizar à sociedade preocupação e seriedade com o tema da regulação da publicidade e, quem sabe, convencer os movimentos sociais que acompanhavam o processo da Anvisa de que a autorregulação seria suficiente para o setor. Ocorre que a autorregulamentação pelo Conar é absolutamente insuficiente para a efetiva defesa do consumidor, já que não tem poder para obrigar as empresas a cumprirem as respectivas regras.

Houve também diversas ações de *lobby* junto aos poderes Legislativo e Executivo no sentido de tentar impedir a Anvisa de seguir com a publicação da norma. O CONAR, a

ABIA e a ABIR reuniram-se com o Ministro da Saúde à época, José Gomes Temporão, acionaram a Casa Civil e tentaram mobilizar deputados e senadores para pressionar os

diretores da Anvisa a desistir da publicação da norma. Nada disso, porém, surtiu efeito, e a Anvisa seguiu com o processo²¹⁵.

5.4.2 O AUMENTO DA TENSÃO COM A RDC Nº 24/2010

Em novembro de 2006, a proposta de regulamento técnico foi finalizada e a CP nº 71 foi iniciada em 13 de novembro de 2006, versando sobre a:

“oferta, propaganda, publicidade, informação e a outras práticas correlatas cujo objeto seja a divulgação ou promoção de alimentos com quantidades elevadas de açúcar, de gordura saturada, de gordura trans, de sódio e de bebidas com baixo teor nutricional, quaisquer que sejam as formas e meios de sua veiculação”²¹⁶.

A proposta de regulamento técnico apresentado na CP era extremamente rigorosa e dividida em quatro temas, chamados no documento de ‘títulos’. O primeiro estabelecia as regras para a veiculação de advertências para alimentos considerados com alta quantidade de açúcar, sódio, gordura saturada e gordura trans, além de bebidas não alcoólicas com baixo teor nutricional. Também trazia detalhes sobre sua veiculação em diferentes mídias

(impressos e rádio, por exemplo) e definia o tipo de conteúdo que poderia ou não ser veiculado nas propagandas. O ‘título II’, o mais rígido do documento, era destinado exclusivamente ao público infantil. Estipulava os horários permitidos para a veiculação de comerciais para crianças no rádio e na televisão e proibia o uso de personagens infantis e de propaganda em estabelecimentos educacionais²¹⁷. Já o terceiro ‘título’ estabelecia as condições para a distribuição de amostras grátis, cupons de desconto, patrocínio e outras atividades promocionais dos alimentos sobre os quais tratava a norma, e o quarto e último tratava sobre as questões gerais.

A CP, que tinha como prazo inicial 60 dias, foi estendida para 140 dias, sendo encerrada em 1 de abril de 2007. Ela obteve 254 manifestações recebidas por 248 contribuintes, divididos da seguinte forma: 71 de pessoas físicas; 62 de representantes da sociedade civil organizada, instituições governamentais e insti-

tuições de ensino; 35 de instituições de combate ao câncer; e 80 de representantes do setor regulado²¹⁸.

A pressão do setor econômico e a grande quantidade de contribuições durante a CP acabaram por prolongar o processo regulatório. O estágio subsequente, a audiência pública, ocorreu apenas em 2009, quase dois anos e meio após o fim do prazo da CP. A tensão entre os representantes do setor produtivo e os grupos de interesse público era perceptível inclusive na sua distribuição na sala: o primeiro grupo à direita, e o segundo à esquerda, evidenciando a polarização sobre o tema^{219,220}. Durante a audiência, o empresariado se distanciou da discussão sobre o regulamento e focou seus argumentos na contestação da competência legal da Anvisa

para regulamentar a matéria e a sua disposição para judicializar a questão, fato declarado pelo presidente do ABIA à época, Edmundo Klotz²²¹.

A preocupação com a futura judicialização foi evidenciada em audiência interna na Anvisa, e a procuradoria da Agência ligada à AGU recomendou alterações significativas no texto original da Resolução, apesar de reafirmar a competência legal da Anvisa para regulamentar o tema. A adaptação da norma resultou em uma abordagem centrada na saúde do consumidor e diminuiu consideravelmente as restrições sobre o conteúdo publicitário, além de ter suprimido medidas restritivas para a publicidade infantil e as questões relacionadas a amostras grátis, patrocínios e campanhas.

5.4.3 A PUBLICAÇÃO DA RESOLUÇÃO E SUAS CONSEQUÊNCIAS

Em 15 de junho de 2010, a Anvisa publicou a versão alterada da RDC nº 24, “que trata sobre divulgação e a promoção comercial de alimentos considerados com quantidades elevadas de açúcar, de gordura saturada, de gordura trans, de sódio, e de bebidas com baixo teor nutricional”²²². Mas essa Resolução, que levou o Brasil a ser considerado pela Organização Pan-Americana da Saúde (OPAS) o país mais

avanzado da América Latina em relação à regulamentação governamental sobre publicidade²²³, nunca foi efetivamente aplicada. A reação da indústria à publicação da RDC nº 24 foi rápida e organizada. Por um lado, o empresariado expressou seu descontentamento com a Anvisa em manifesto assinado por 13 representantes da indústria de alimentos, logo após a publicação da Resolução, em 7 de julho do mesmo

ano^{224,225,226}. Ao mesmo tempo, o Conar provocou novamente a AGU, em 5 de julho, solicitando um parecer sobre a legalidade da Resolução. Dois dias depois, o órgão recomendou a suspensão do ato normativo da Anvisa até decisão final por parte da Consultoria-Geral da União (CGU). A Anvisa, porém, não seguiu a recomendação e manteve a Resolução.

Isso levou a ABIA a apelar ao Poder Judiciário, e a 16ª Vara Cível da Seção Judiciária do Distrito Federal, apoiando-se no parecer emitido pela AGU, deferiu o pedido de liminar, suspendendo os efeitos da Resolução para os seus associados até que o mérito da questão fosse julgado. A ABIA alegou que a Anvisa não tinha competência para regular a publicidade de alimentos e bebidas não alcoólicas, baseando-se em interpretações da Constituição Federal. “A Anvisa tem poderes para aplicar a legislação vigente, mas não possui competência para inovar no ordenamento jurídico criando novas normas”²²⁷, disse a ABIA à época. Segundo a decisão da Juíza da 16ª Vara, Gilda Seixas, a RDC ultrapassa a competência legal da Anvisa e viola “os princípios da legalidade e razoabilidade, o direito à publicidade, além de intervir inde-

vidamente na atividade econômica dos associados da ABIA”²²⁸.

Apenas essa decisão já seria suficiente para impedir a aplicabilidade da norma, visto que apenas a ABIA contava com mais de 1.500 associados diretos e filiados no Brasil²²⁹. Porém, houve uma mobilização do empresariado e um total de 11 associações que representam interesses do setor entraram com ações semelhantes (entre elas a Associação Brasileira das Indústrias de Massas Alimentícias e Pão & Bolo Industrializados (ABIMAPI) e a ABIR)²³⁰. A mobilização foi tamanha entre o empresariado que até associações que não seriam afetadas diretamente pela RDC nº 24 entraram com ações contra ela, como a Associação Brasileira de Gastronomia, Hospedagem e Turismo (ABRESI) e a Confederação Nacional do Turismo (CNTUR). Das 11 ações, cinco já foram concluídas e tiveram decisões finais favoráveis à Anvisa*. Das que ainda estão em andamento, cinco foram favoráveis à indústria** e apenas uma à Anvisa*** até o momento (maio de 2024). A Anvisa ainda não implementou a RDC nº 24/2010, e a ação proposta pela ABIA, que representa 80% do setor, tem garantido às empresas associadas a desobrigação do cumprimento da norma

* Ações com trânsito em julgado consideradas improcedentes: *SindMilho&Soja*, *ABIMAPI*, *ANR*, *ABF* e *AFREBRAS*.

** Ações das seguintes entidades: *ABIA*, *ABICAB*, *CNTUR*, *ANIB* e *ABRESI*.

*** Ação da *ABIR* contra a Anvisa julgada improcedente até o momento.

e aguarda julgamento no Supremo Tribunal Federal (STF). Entretanto, no final de maio de 2024, o relator, o ministro Cristiano Zanin, acolheu o recurso extraordinário para análise do tema e antecipou a análise de mérito, considerando que a Anvisa estava dentro de suas atribuições. Cabe recurso da decisão e a ABIA já informou que irá recorrer²³¹.

O setor econômico deturpou o debate público ao alegar que a RDC nº 24 regulava a publicidade, o que não corresponde à verdade. A norma protege o consumidor ao apresentar informações essenciais sobre a composição dos produtos para melhores hábitos alimentares, de forma a assegurar a todos o direito constitucional à saúde e à alimentação saudável. No embate em defesa da regulação, a mobilização de representantes da sociedade civil foi marcante. O Idec participou do GT da Anvisa e continuou em defesa da Resolução mesmo após o afrou-

xamento do texto para sua publicação. Já o Instituto Alana, defensor da infância, considerou um retrocesso a supressão do 'Título II', que tratava sobre a publicidade para crianças, mas manteve-se favorável à sua vigência²³². Outros grupos também marcaram a defesa da Resolução, como o Conselho Federal de Nutricionistas (CFN), o Fórum Brasileiro de Soberania e Segurança Alimentar e Nutricional (FBSSAN), a Associação Brasileira de Nutrição (ASBRAN), o Conselho Federal de Psicologia (CFP), a Federação Nacional dos Nutricionistas (FNN), o Observatório de Políticas de Segurança Alimentar e Nutrição da Universidade de Brasília (OPSAN/UnB) e o Sindicato dos Nutricionistas do Estado de São Paulo (SindiNutri-SP), que chegaram a encaminhar à AGU uma carta de apoio à Resolução da Anvisa após sua publicação e recomendação de suspensão do ato normativo pela AGU²³³.

5.4.4 O DESFECHO E SUAS CONSEQUÊNCIAS

Após mais de 13 anos da publicação da RDC nº 24/2010 e de toda a mobilização do empresariado e da sociedade, ações de *lobby* e imbróglio na Justiça questionando sua validade e a competência da Anvisa e impossibilitando sua aplicação, finalmente, em 23 de julho de

2023, o Advogado-Geral da União, Jorge Messias, aprovou o parecer da CGU que reconhece a sua legalidade²³⁴. Nele, a CGU, órgão da AGU, esclarece que a Resolução está inserida no âmbito de atribuições da Anvisa, que “possui como finalidade regulamentar, controlar e fiscalizar

os produtos e serviços que envolvam risco à saúde pública, inclusive alimentos, bebidas, insumos, embalagens e aditivos, conforme determina a Lei nº 9.782/99 – norma que criou a agência reguladora”²³⁵.

Apesar de a AGU ter tardiamente finalizado esse processo, a aprova-

ção do parecer que reconhece que a Anvisa tem o poder/dever de editar a RDC nº 24/2010 é sem dúvida uma vitória para o interesse público, que fortalece a agência na sua missão institucional definida na Lei nº 9.782/1999 e tem o condão de interferir positivamente nos processos judiciais ainda em tramitação.

NUTRIENTE CRÍTICO	RDC Nº 24/2010	RDC Nº 429/2020
 <p>Açúcar</p>	<p>Quantidade igual ou superior a 15 g de açúcar por 100 g ou 7,5 g por 100 ml</p>	<p>15 g ou mais por 100 g ou 7,5 g ou mais por 100 ml</p>
 <p>Gordura saturada</p>	<p>Quantidade igual ou superior a 5 g de gordura saturada por 100 g ou 2,5 g por 100 ml</p>	<p>6 g ou mais por 100 g ou 3 g ou mais por 100 ml</p>
 <p>Gordura trans*</p>	<p>Quantidade igual ou superior a 0,6 g para 100 g ou ml</p>	<p>Não entrou na regulação</p>
 <p>Sódio</p>	<p>Quantidade igual ou superior a 400 mg de sódio por 100 g ou ml</p>	<p>600 mg ou mais por 100 g ou 300 mg ou mais por 100 ml</p>

* Em dezembro de 2019, com a publicação da Resolução da Diretoria Colegiada (RDC) nº 332, a gordura trans industrial foi banida pela Agência Nacional de Vigilância Sanitária (Anvisa). A partir da unificação da RDC nº 332/2019 e da RDC nº 514/2021, em 2022 a Anvisa publicou a RDC nº 632, quando foi finalizado o prazo de adequação da indústria à norma, com a proibição da produção, da importação, do uso e da oferta de óleos e gorduras parcialmente hidrogenados para uso em alimentos e alimentos formulados com estes ingredientes.

É fato, porém, que após tantos anos de embates promovidos pelo setor regulado e pelo CONAR, a RDC nº 24 não tem sido implementada, e a própria estrutura da Anvisa já não é mais a mesma: uma alteração interna em 2012 extinguiu a Gerência de Monitoramento e Fiscalização de Propaganda, Publicidade, Promoção e Informação de Produtos sujeitos à Vigilância Sanitária (GPROP)²³⁶.

Por outro lado, nesse período, as evidências científicas sobre o consumo excessivo de nutrientes críticos como açúcares, sódio, gorduras trans e gorduras saturadas se avolumaram, se tornaram cada vez mais consistentes e subsidiaram a elaboração do Guia Alimentar para a População Brasileira de 2014, pelo Ministério da Saúde, e outra regulamentação da própria Anvisa, as normas de rotulagem nutricional de alimentos embalados (RDC nº 429 e Instrução Normativa (IN) nº 75 de

2020). Ao compararmos a RDC nº 24/2010 com a rotulagem nutricional frontal (Quadro 3), é possível perceber semelhanças quanto aos critérios adotados para a limitação de nutrientes críticos. Isso demonstra conhecimento e seriedade na fundamentação técnica da Anvisa e que desde 2005 a Agência reguladora já tinha conhecimento da importância de alertar a população sobre possíveis malefícios do consumo excessivo desses nutrientes. Portanto, a ação da indústria de alimentos mais uma vez interferiu em uma resolução que poderia contribuir para a prevenção das doenças crônicas não transmissíveis relacionadas ao consumo, como diabetes, câncer e doenças cardiovasculares, e de mortes prematuras pelo consumo excessivo de ultraprocessados, resultando em agravos à saúde da população brasileira e ônus excessivo para o sistema público de saúde com o tratamento das doenças relacionadas ao consumo.

| Taxonomia das Estratégias de Enquadramento



BONS ATORES: CORPORAÇÕES



Estratégia de enquadramento

As corporações são entidades legais.

A indústria tem o direito de conduzir seus negócios dentro das leis e seguindo regulamentos, e a Anvisa não tinha competência para regular a publicidade de alimentos e bebidas não alcoólicas, a partir de interpretações da Constituição Federal.

A indústria é vítima.

Com o argumento de que a Anvisa não poderia regular a matéria, houve a mobilização do empresariado e um total de 11 associações que representam interesses do setor, e até algumas que não seriam afetadas diretamente pela RDC, entraram com ações semelhantes.



A SOLUÇÃO ACEITÁVEL E “BOA”: FOCADA NO INDIVÍDUO, APOIADA PELAS CORPORAÇÕES.



Estratégia de enquadramento

As soluções devem ser autorregulamentadas e não perturbar os negócios.

O CONAR realizou modificações no Código Brasileiro de Autorregulamentação Publicitária, fortalecendo a regulação da publicidade de alimentos e bebidas e aquela destinada a crianças e jovens.



A SOLUÇÃO INACEITÁVEL, “RUIM”: POPULAÇÃO INTEIRA, ESTATUTÁRIA.



Estratégia de enquadramento

A formulação de políticas viola normas, regras e leis.

O empresariado focou seus argumentos na contestação da competência legal da Anvisa para regulamentar a matéria.

Taxonomia das estratégias de ação²³⁷



ACESSAR E INFLUENCIAR A FORMULAÇÃO DE POLÍTICAS



Estratégias e mecanismos

CONAR, ABIA e ABIR reuniram-se com o Ministro da Saúde da época, José Gomes Temporão, e acionaram a Casa Civil para tentar impedir a Anvisa de dar andamento à regulação sobre publicidade de alimentos.

CONAR, ABIA e ABIR tentaram mobilizar deputados e senadores para pressionar os dirigentes da Anvisa a desistir da publicação da norma.

CONAR provocou a AGU sobre a legalidade da Anvisa regulamentar a publicidade de alimentos.

CONAR e ABIA contrataram um parecer jurídico que questionava a constitucionalidade da regulação pela Anvisa de um renomado jurista e professor de Direito da USP. Além dos argumentos usados no parecer, a autoridade do jurista contribuiu para dar credibilidade ao seu parecer.

O empresariado usou a recomendação inicial da AGU contrária à RDC nº 24/2010 para embasar os processos que questionavam a legalidade da Anvisa regulamentar a publicidade de alimentos.



USAR A LEI PARA OBSTRUIR POLÍTICAS



Estratégias e mecanismos

Em audiência pública em 20 de agosto de 2009, o presidente da ABIA, Eduardo Klotz, ameaçou: *“Se não atender os nossos interesses, nós procuraremos então aquele estado que estiverem os nossos interesses, não tem a menor dúvida. Se for o caso do Judiciário, perfeitamente; se não for, não. Não é uma ameaça, apenas o caminho natural das coisas dentro da democracia. Se estiver dentro daquilo que nós queremos, estamos todos de acordo, senão não”*²³⁸

Empresariado e CONAR fazem *lobby* na AGU para impedir a Anvisa de seguir com a regulação da publicidade de alimentos, bebidas alcoólicas e medicamentos.



FABRICAR APOIO PÚBLICO PARA POSIÇÕES CORPORATIVAS



Estratégias e mecanismos

Formação de coalizão entre CONAR e associações de indústria de alimentos e bebidas como ABIA, ABIR, ABICAB, ABIMAQ, ANIB, AFREBRAS.

Participaram da coalizão associações que não seriam diretamente afetadas pela norma, como Abresi*, ANR*, CNTUR*, ABF*.²³⁹

O CONAR, que havia atuado nos casos anteriores, criou uma coalizão com o empresariado para colocar em prática estratégias de *lobby* na tentativa de impedir a viabilização da regulação da publicidade de alimentos.²⁴⁰

Treze representantes da indústria de alimentos publicaram um manifesto expressando seu descontentamento com a Anvisa logo após a publicação da RDC, em 7 de julho de 2010.²⁴¹

* Associação Brasileira das Entidades e Empresas de Gastronomia, Hospedagem e Turismo (Abresi)

* Associação Nacional de Restaurantes (ANR)

* Confederação Nacional do Turismo (CNTUR)

* Associação Brasileira de Franchising (ABF)



MOLDAR EVIDÊNCIAS PARA CRIAR DÚVIDAS



Estratégias e mecanismos

O setor econômico deturpou o debate público ao alegar que a RDC nº 24 regulava a publicidade, o que não corresponde à verdade.

A ABIA questionou, em processo contra a Anvisa, os critérios científicos em que a agência se baseou para a elaboração da RDC nº 24/2010. Exemplo: “a Anvisa considera como potencialmente nocivos à saúde o biscoito de água e sal, mas excluiu queijos e carnes vermelhas.”²⁴²

CONAR e ABIA contrataram um parecer jurídico sobre a constitucionalidade da regulação pela Anvisa para um renomado jurista e professor de Direito da USP. Além dos argumentos usados no parecer, a autoridade do jurista contribuía para dar credibilidade ao documento.²⁴³



DESLOCAR E USURPAR A SAÚDE PÚBLICA



Estratégias e mecanismos

Em setembro de 2016 o CONAR realizou modificações no Código Brasileiro de Autorregulamentação Publicitária, fortalecendo a regulação da publicidade de alimentos e bebidas e aquela destinada a crianças e jovens.²⁴⁵

Em comunicado, Edmundo Klotz, presidente da ABIA em 2010, diz que “o melhor caminho para se combater a obesidade é o diálogo entre o setor público e privado, visando a construção de medidas efetivas, a exemplo da parceria entre Abia e Ministério da Saúde”. Vigente desde 2007, um dos objetivos do acordo era encontrar soluções conjuntas para a redução gradual de sódio, açúcar e gorduras nos alimentos processados.²⁴⁴

Em 25 de agosto de 2009, 5 dias após a audiência pública, 24 grandes empresas do setor alimentício assinaram junto aos presidentes da ABIA e da ABA um Compromisso Público para limitar a publicidade de alimentos e bebidas a crianças menores de 12 anos. Nesse acordo, cada empresa seria responsável pela própria regulação.²⁴⁶

Um comunicado da ABIA sobre a obtenção da liminar contra a RDC nº 24/2010, assinado por Edmundo Klotz, então presidente da ABIA, dizia que “entende que a RDC N° 24 é inócua para o fim ao qual se destina, por não considerar o conjunto de alimentos ingeridos diariamente por um indivíduo, além de não educar o consumidor sobre como se alimentar adequadamente”. Além disso, culpabiliza o consumidor e seus hábitos alimentares por problemas de saúde. “Para a ABIA, o consumo excessivo de nutrientes que podem oferecer riscos à saúde é muito mais reflexo dos hábitos alimentares da população do que da composição dos produtos industrializados.”²⁴⁷

Para Luís Roberto Barroso, então advogado da ABIA no processo (e atual Ministro do STF), a publicidade deve ser entendida no âmbito da liberdade de expressão e suas restrições só podem ocorrer mediante lei e com proporcionalidade.²⁴⁸

Luís Roberto Barroso também argumentou que *“as pessoas devem fazer suas próprias escolhas e o poder público não deve pretender viver a vida das pessoas para poupá-las dos riscos”*.²⁴⁹

5.5 O PROJETO DE LEI DAS CANTINAS E O LOBBY DA INDÚSTRIA DE ALIMENTOS NO AMBIENTE ESCOLAR



Estabelecer hábitos alimentares saudáveis ainda na infância é crucial, não apenas por contribuir para o desenvolvimento físico e cognitivo da criança, mas também para criar a base para hábitos e práticas alimentares que podem perdurar por toda a vida adulta. Em 2020, 30% das crianças e adolescentes do Brasil atendidos pela atenção primária à saúde do Sistema Único de Saúde (SUS) apresentavam sobrepeso ou obesidade²⁵⁰. A relação entre o consumo de ultraprocessados e o desenvolvimento de DCNT é cada vez mais evidente^{251,252,253} e, portanto, torna-se primordial limitar o acesso do público infantojuvenil a esses produtos. Apenas no município do RJ, mais de 100 mil crianças e adolescentes foram diagnosticados com excesso de peso em 2020²⁵⁴.

Atentos à importância da alimentação adequada e saudável na infância e ao impacto do consumo de ultraprocessados na saúde do indivíduo, legisladores em diferentes cidades e estados do Brasil tentam emplacar PL para limitar ou impedir o acesso a esses produtos no ambiente escolar. Este ambiente desempenha um

papel fundamental na formação de crianças e adolescentes não apenas por contribuir com a educação formal, mas principalmente por ser o espaço onde ocorrem as primeiras interações sociais e a formação de alguns hábitos de vida. Assim, mostra-se como estratégico para a promoção da educação alimentar e nutricional, pois é onde crianças e adolescentes realizam grande parte das refeições e consomem de 30 a 50% da ingestão calórica diária²⁵⁵.

Um caso emblemático de PL desse tipo ocorreu entre 2020 e 2023 no município do RJ. O PL nº 1.662 de 2019 tinha como um dos objetivos combater a obesidade infantojuvenil impedindo o fornecimento de ultraprocessados a crianças

nas escolas municipais públicas e privadas do RJ. Conhecido como “PL das Cantinas”, começou a ser discutido em plenário em janeiro de 2020, foi aprovado por unanimidade em junho de 2023 e sancionado menos de um mês depois pelo prefeito Eduardo Paes (PSD-RJ). Mas, mesmo no curto período de tramitação (e de parte ter se passado em meio à pandemia de Covid-19), a aprova-

**Em 2020,
30% das crianças
e adolescentes do
Brasil atendidos pela
atenção primária
à saúde do SUS
apresentavam
sobrepeso ou
obesidade.**

ção desse PL foi precedida por Col da indústria de alimentos e bebidas, conciliação entre vereadores e os setores regulados e incidência da sociedade civil, que acompanhou a pauta, pressionou e conseguiu sua aprovação²⁵⁶.

Por um lado, a mobilização da indústria envolveu não só as associações do setor, mas também organizações locais de comércio e turismo, que não seriam diretamente afetadas pelo PL, com argumentação usualmente utilizada de culpabilização individual pela obesidade, ênfase na prática de atividade física como solução central para o problema, além de questionamento de evidências científicas que associam o consumo de ultraprocessados com a incidência de DCNT. De outro, a sociedade civil apoiando o PL e fornecendo subsídios técnicos e científicos, tanto sobre os malefícios do consumo de ultraprocessados na infância quanto na viabilidade financeira de substituir esses produtos por alimentos *in natura* e minimamente processados no ambiente escolar.

Aprovado em primeira discussão em janeiro de 2020, o PL ficou até agosto de 2021 sem qualquer movimentação no plenário. A partir de então, ocorreram discussões que levaram à exclusão de pontos importantes que

faziam parte do PL inicial. Do PL nº 1.662/2019, o único ponto que permaneceu na Lei Municipal nº 7.987²⁵⁷ foi o que trata da proibição da venda e da oferta de ultraprocessados nas cantinas de escolas públicas e privadas de ensino infantil e fundamental do município do RJ. Mas o PL também determinava outros pontos, como normas de exposição de ultraprocessados em locais de venda, além da obrigatoriedade de fixação de cartazes informativos sobre esse tipo de produto nesses locais e de implementação de salas de apoio à amamentação (SAA) nas empresas privadas com sede no município²⁵⁸. Após os encontros com os setores interessados (indústria, comércio e sociedade civil), o PL começou a receber emendas para modificações, como suprimir o artigo referente à criação das SAA, alterar a denominação de alimentos e bebidas que seriam ou não proibidos (tentando, inclusive, resguardar a indústria láctea das proibições), definir ‘alimentos ultraprocessados’ e priorizar a venda e a distribuição de alimentos orgânicos ou não ultraprocessados nas escolas, entre outras. Percebe-se, portanto, uma tentativa de desvirtuar o objetivo central do PL e proteger interesses econômicos das indústrias e das empresas que seriam afetadas por ele.

A partir de agosto de 2021, a coalizão formada por representantes da indústria de alimentos e bebidas (como a ABIA), a ABIR e a Associação Brasileira da Indústria de Chocolates, Amendoim e Balas (Abicab) e de empresas e comércios (como a Associação de Supermercados do Estado do Rio de Janeiro (ASSERJ), a Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo do Estado do Rio de Janeiro (Fecomércio-RJ), a Associação de indústrias do Estado do Rio de Janeiro (Rio Indústria) e o Sindicato de Bares e Restaurantes do Rio de Janeiro (SindRio) começou a agir publicamente na tentativa de impedir a aprovação do PL nº 1.662/2019²⁵⁹. Em carta direcionada ao presidente da Câmara de Vereadores, Carlo Caiado (Democratas-RJ), os autores utilizaram-se de vários artifícios para distorcer informações científicas e criar uma narrativa que justificasse seu posicionamento contrário ao PL. O texto apresentado em oito páginas ignora o robusto conjunto de evidências científicas já produzido associando o consumo de ultraprocessados ao aumento da incidência de DCNT, utiliza dados do Sistema de Vigilância de Fatores de Risco e Proteção para Doenças Crônicas por Inquérito Telefônico (Vigitel) 2019²⁶⁰ sobre a redução do consumo de refrigerantes e faz uma livre associação que não é

baseada em evidências (redução do consumo de refrigerantes e aumento do sobrepeso e obesidade, logo, o consumo de refrigerantes não tem relação com sobrepeso e obesidade), distorce orientações da OMS sobre a redução do consumo de sódio, açúcares adicionados e gorduras, aproveita-se da origem multifatorial da obesidade para retirar o peso do consumo de ultraprocessados e focar no sedentarismo e na falta de educação alimentar e nutricional como pontos principais do problema, culpabilizando os indivíduos, declara que o PL é inconstitucional por ser uma “clara intervenção estatal na economia”, utiliza o argumento da “segurança alimentar” proporcionada pela industrialização como grande benefício à saúde e confunde conceitos de processamento de alimentos (minimamente processados e ultraprocessados) ao citar exemplos. Os argumentos não são inéditos; muitos deles são rotineiramente utilizados pela indústria e aparecem inclusive em casos da primeira versão do *Dossiê Big Food*, nos textos sobre Rotulagem Nutricional de Alimentos Embalados e sobre o Guia Alimentar para a População Brasileira²⁶¹.

A carta ainda apresenta uma sugestão de redação alternativa para o PL, desconfigurando completamente seu caráter e finalidade, tornando-o

uma grande alegoria de incentivo à educação nutricional e à prática de atividade física e colocando as empresas como co-responsáveis por auxiliar o Estado nesses propósitos. O mais abusivo é que, além disso, ainda “autoriza” o poder Executivo a “conceder benefícios fiscais a entidades e empresas que possuam políticas internas de ginástica laboral associadas a programas de saúde e medicina do trabalho, com foco no consumo consciente de alimentos”²⁶². Ou seja, não apenas modifica o cerne da discussão, direcionando para temas mais confortáveis para a indústria, como também tenta emplacar benefícios fiscais pela realização de práticas sem impacto algum na redução da obesidade infantojuvenil, objetivo principal do PL.

Encontros e reuniões entre os representantes do poder Legislativo e representantes da indústria e do comércio aconteceram com e sem a presença da sociedade civil. Um desses momentos foi registrado no Instagram do vereador Rafael Aloisio de Freitas (Cidadania-RJ)²⁶³. Na legenda da foto publicada na rede social, o texto informa o assunto e os presentes:

“Obesidade infantil: reunião com a participação dos vereadores @carlo_caiado, @cesarmaia, @drgilberto.rio, @rogeriopiresamorim e @

atilanunesrj e de representantes de diversos setores industriais e de alimentos - @sindrio_oficial, @rioindustriaoficial, @abiindustriadealimentos, @abirbrasil @abimapi, @fecomercio.rj e ABICAB - sobre o projeto de lei que está em tramitação na Câmara”²⁶⁴.

Apesar de excluída dessa reunião, a sociedade civil participou ativamente do processo, especialmente o Instituto Desiderata, uma organização da sociedade civil de interesse público (Oscip) que trabalha para a melhoria da saúde pública infantojuvenil no Rio de Janeiro. O Instituto participou de negociações entre vereadores e representantes da indústria e contribuiu subsidiando os legisladores com informações científicas sobre a importância do PL. Esse papel foi reconhecido pela vereadora Rosa Fernandes (PSC-RJ), uma das autoras do texto, que declarou publicamente em entrevistas após a aprovação do projeto que o Instituto Desiderata contribuiu na construção do texto do PL e também na negociação com a indústria, conseguindo assim “um substituto enxuto, atendendo a todos”²⁶⁵.

Enquanto a sociedade civil construía argumentos técnicos embasados em evidências científicas como fichas^{266,267} e notas técnicas²⁶⁸, documentos contrários à aprovação do

PL circulavam na Câmara de Vereadores. Além da carta assinada pelos representantes da indústria e comércio e enviada por e-mail aos legisladores, uma carta sem autoria circulou pela Câmara e chamou a atenção de representantes da sociedade civil. Nela, há apenas argumentos baseados em teorias da conspiração típicas de *fake news* distribuídas via Whatsapp. O documento chama o PL de “Tirania Alimentar”, reclama que ele tiraria “um naco do pátrio poder” dos pais na educação nutricional dos filhos, dá a entender que a Agenda 2030 para o desenvolvimento sustentável da ONU retira a soberania do Brasil e critica as ONG que a apoiam. Ainda, faz uma comparação entre a Aliança pela Alimentação Adequada e Saudável, uma coalizão formada por organizações da sociedade civil, associações, coletivos, movimentos sociais, entidades profissionais e pessoas físicas em defesa do direito humano à alimentação adequada (DHAA), com os soviets, “grupo que exercia um

poder ao mesmo tempo executivo e legislativo, impondo um modo de governar paralelo”²⁶⁹. Claramente um documento criado para causar pânico, instaurar inseguranças sobre o PL e tentar pressionar os vereadores para não o aprovarem.

Entretanto, apesar do *lobby* da indústria e do uso das organizações locais (como a Fecomércio e o SindRio)²⁷⁰ para pressionar os vereadores, quando a redação final do projeto foi à votação em 20 de junho de 2023, ele foi aprovado por unanimidade e sancionado como a Lei nº 7.987 em 11 de julho do mesmo ano, pelo prefeito Eduardo Paes. Mesmo com toda a pressão da indústria para a modificação do escopo do PL e a retirada de pontos como a regulação da exposição de ultraprocessados nos locais de venda e a obrigatoriedade de instalação das SAA, manteve-se a proibição da venda e da oferta de ultraprocessados nas escolas do município do RJ.

PL DAS CANTINAS - PL Nº 1.662 DE 2019, NO MUNICÍPIO DO RIO DE JANEIRO

Janeiro de 2020

Começou a ser discutido em plenário

Junho de 2023

Aprovado por unanimidade

Julho de 2023

No dia 11 de julho, foi sancionado como a Lei nº 7.987 em pelo prefeito Eduardo Paes (PSD-RJ)



CONFLITOS E NEGOCIAÇÕES

Indústria

De um lado, a mobilização da indústria contra o projeto de lei envolveu não só as associações do setor, mas também organizações locais de comércio e turismo, que não seriam diretamente afetadas pelo PL, com argumentação usualmente utilizada de culpabilização individual pela obesidade, ênfase na prática de atividade física como solução central para o problema, além de questionamento de evidências científicas que associam o consumo de ultraprocessados com a incidência de DCNT.



VS

Sociedade civil

De outro, a sociedade civil apoiando o PL e fornecendo subsídios técnicos e científicos, tanto sobre os malefícios do consumo de ultraprocessados na infância quanto na viabilidade financeira de substituir esses produtos por alimentos *in natura* e minimamente processados no ambiente escolar.



DISCUSSÃO

Após os encontros com os setores interessados (indústria, comércio e sociedade civil), o PL começou a receber emendas para modificações, como suprimir o artigo referente à criação das SAA, alterar a denominação de alimentos e bebidas que seriam ou não proibidos (tentando, inclusive, resguardar a indústria láctea das proibições), definir 'alimentos ultraprocessados' e priorizar a venda e a distribuição de alimentos orgânicos ou não ultraprocessados nas escolas, entre outras. Percebe-se, portanto, uma tentativa de desvirtuar o objetivo central do PL e proteger interesses econômicos das indústrias e das empresas que seriam afetadas por ele.

CONCILIAÇÃO

Houve a exclusão de pontos importantes que faziam parte do PL inicial:



Normas de **exposição de ultraprocessados** em locais de venda



Implementação de **SAA** nas empresas privadas com sede no município



Obrigatoriedade de **fixação de cartazes informativos** sobre esse tipo de produto próximos aos caixas de pagamento

Do PL nº 1.662/2019, o único ponto que permaneceu na Lei Municipal nº 7.987 foi o que trata da proibição da venda e da oferta de ultraprocessados nas cantinas de escolas públicas e privadas de ensino infantil e fundamental do município do RJ.

5.5.1 OUTRAS INICIATIVAS SEMELHANTES NO BRASIL

Enquanto os vereadores do município do RJ discutiam pontos do PL nº 1.662/2019 e negociavam com representantes da indústria de alimentos e bebidas, vereadores da cidade vizinha Niterói propuseram e aprovaram um PL inspirado no carioca. O PL nº 095/2022, de autoria dos vereadores Verônica Lima (PT-RJ) e Daniel Marques (DEM-RJ), altera a Lei nº 2659/2009 e proíbe a comercialização, a aquisição, a confecção, a distribuição e a publicidade de produtos que contribuem para a obesidade infantil nas cantinas, lanchonetes e similares instalados em unidades escolares²⁷¹. Foi sancionado como a Lei nº 3.766, de 05 de janeiro de 2023, seis meses antes da lei do município do RJ.

Já em instâncias superiores do Estado do RJ, PLs com objetivos semelhantes não foram adiante. A Assembleia Legislativa do Estado do Rio de Janeiro (Alerj) avaliou o PL nº 4.198 de 2021, que tratava da proibição da utilização e comercialização de ultraprocessados nas cantinas e demais locais de venda de produtos e alimentos nas escolas públicas e privadas do Estado do RJ²⁷². O PL estadual, porém, foi rejeitado em junho de 2023, com 38 votos contra e

23 a favor, apenas oito dias após a aprovação do PL municipal de teor parecido no município do RJ.

Mas parece que a discussão sobre o tema tomou proporções que a indústria de alimentos e bebidas talvez não consiga controlar. As Assembleias Legislativas do Espírito Santo²⁷³ e de São Paulo²⁷⁴ também discutem a proibição de ultraprocessados em escolas, e um PL em tramitação no Senado Federal²⁷⁵, de autoria do senador Jaques Wagner (PT-BA), vai além, propondo a proibição não só da comercialização e da oferta desses produtos nas escolas, mas também da propaganda, publicidade e promoção comercial em âmbito nacional.

Para avaliar o ambiente alimentar das escolas particulares dos ensinos fundamental e médio de grandes cidades brasileiras, diversas instituições de pesquisa do país²⁷⁶ realizaram o estudo ‘Comercialização de Alimentos em Escolas Brasileiras’ (Caeb)*, no período de maio de 2022 a junho de 2024. O estudo avalia não apenas a comercialização de alimentos em cantinas e lanchonetes dentro das escolas, mas também aqueles vendidos pelo comércio ambulante nos seus arredores.

* Participam do projeto as seguintes instituições de ensino: Fundação Oswaldo Cruz (Fiocruz), Universidade de Brasília (UNB), Universidade de São Paulo (USP), Universidade Federal da Bahia (UFBA), Universidade Federal de Mato Grosso (UFMT), Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG), Universidade Federal de Pernambuco (UFPE), Universidade Federal de Sergipe (UFS), Universidade Federal do Ceará (UFC), Universidade Federal do Pará (UFPA), Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ) e Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS).

COMERCIALIZAÇÃO DE ALIMENTOS E BEBIDAS EM ESCOLAS BRASILEIRAS (CAEB)



O QUE É

Estudo que avaliou o ambiente alimentar das escolas particulares dos ensinos fundamental e médio de grandes cidades brasileiras.



OBJETIVO

Avaliar não apenas a comercialização de alimentos em cantinas e lanchonetes dentro das escolas, mas também aqueles vendidos pelo comércio ambulante nos seus arredores.



PERÍODO

Maio de 2022 a junho de 2024

RESULTADOS DA PESQUISA

(de junho de 2022 a junho de 2024)

O tipo de alimento ofertado está relacionado à existência ou não de legislação sobre o tema.

Rio de Janeiro

A avaliação da alimentação em cantinas de escolas do município do RJ (antes da implementação da Lei nº 7.987/2023), mostrou a oferta de:



salgadinhos em **80,5%** das cantinas



frutas em **7,0%** das cantinas



suco natural em **35%** das cantinas

Porto Alegre

Em comparação, Porto Alegre, onde existe legislação estadual sobre o tema, a avaliação mostrou a oferta de:



salgadinhos em **5%** das cantinas



frutas em **85%** das cantinas



suco natural em **80%** das cantinas

Participam do projeto as seguintes instituições de ensino: Fundação Oswaldo Cruz (Fiocruz), Universidade de Brasília (UnB), Universidade de São Paulo (USP), Universidade Federal da Bahia (UFBA), Universidade Federal de Mato Grosso (UFMT), Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG), Universidade Federal de Pernambuco (UFPE), Universidade Federal de Sergipe (UFS), Universidade Federal do Ceará (UFC), Universidade Federal do Pará (UFPA), Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ) e Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS).

Fonte: Fundação Oswaldo Cruz (Fiocruz); Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ). Comercialização de Alimentos e Bebidas em Cidades Brasileiras (Caeb). Disponível em: <<https://estudocaeb.nutricao.ufrj.br/index.html>>.

Resultados da pesquisa, realizada de junho de 2022 a junho de 2024, mostram que o tipo de alimento ofertado está relacionado à existência ou não de legislação sobre o tema. A avaliação da alimentação em 200 cantinas do município do RJ, por exemplo, antes da implementação da Lei nº 7.987/2023, mostrou a oferta de salgadinhos em 80,5% das cantinas, de frutas em 7,0% e de suco natural em 35%. Em comparação, Porto Alegre, onde existe legislação estadual²⁷⁷ sobre o tema, 85% das cantinas comercializam frutas e 80%, sucos naturais, enquanto salgadinhos são oferecidos em apenas 5% das escolas pesquisadas²⁷⁸.

Como resultado, os indicadores das cantinas das escolas do município do Rio de Janeiro apresentam um índice de saudabilidade de apenas 45,2%. Esse é um escore utilizado na pesquisa visando indicar a saudabilidade do estabelecimento com base na disponibilidade de alimentos *in natura* e alimentos minimamente processados e da não disponibilidade de subgrupos de ultraprocessados, variando entre zero e 100. Quanto mais próximo de 100 o escore esti-

ver, maior a saudabilidade do estabelecimento²⁷⁹. Estudos como esse contribuem não apenas para a compreensão do ambiente alimentar nas escolas no Brasil, mas também identificam iniciativas de promoção da alimentação adequada e saudável e contribuem para subsidiar a discussão e a elaboração de políticas públicas sobre o tema, com a proteção do ambiente escolar da interferência da indústria e de interesses mercadológicos.

A presença de produtos da *Big Food* e da *Big Soda* no ambiente escolar, além de ter impacto negativo na saúde de crianças e adolescentes pelo seu consumo, influencia na formação de hábitos alimentares que podem ser refletidos na família e perpetuados por toda a vida. A escola, enquanto ambiente de socialização e formação humana, deve proteger os estudantes da exposição à publicidade e ao *marketing* abusivos, que violam as leis de proteção da criança e do adolescente²⁸⁰, além de zelar por sua saúde, oferecendo alimentação adequada e contribuindo com a educação nutricional.

Taxonomia das Estratégias de Enquadramento



BONS ATORES: CORPORAÇÕES



Estratégia de enquadramento

A indústria é um ator econômico chave.

A indústria sugere que o poder Executivo possa “conceder benefícios fiscais a entidades e empresas que possuam políticas internas de ginástica laboral associadas a programas de saúde e medicina do trabalho, com foco no consumo consciente de alimentos”.

Associações representantes da indústria declaram que o PL é inconstitucional por ser uma “clara intervenção estatal na economia”.

A indústria é um ator legítimo nas formulações de políticas.

A indústria sugere uma nova redação ao PL, tornando-o uma grande alegoria de incentivo à educação nutricional e à prática de atividade física e colocando as empresas como co-responsáveis por auxiliar o Estado nesses propósitos.

A indústria é defensora da saúde pública.

Representantes da indústria utilizam o argumento da “segurança alimentar” proporcionada pela industrialização como grande benefício à saúde e confundem conceitos de processamento de alimentos (minimamente processados e ultraprocessados) ao citar exemplos.



OS 'MAUS' ATORES: PROPONENTES DE POLÍTICAS ESTATUTÁRIAS PARA TODA A POPULAÇÃO



Estratégia de enquadramento

Os formuladores de políticas desfavoráveis têm habilidades e motivações questionáveis.

Em documento distribuído no plenário e sem autoria conhecida, há teorias da conspiração típicas de *fake news* distribuídas via Whatsapp. O documento chama o PL de “Tirania Alimentar”, reclama que ele tiraria “um naco do pátrio poder” dos pais na educação nutricional dos filhos, dá a entender que a Agenda 2030 para o desenvolvimento sustentável da ONU retira a soberania do Brasil e critica as ONG que a apoiam. Ainda, faz uma comparação entre a Aliança pela Alimentação Adequada e Saudável, uma coalizão formada por organizações da sociedade civil, associações, coletivos, movimentos sociais, entidades profissionais e pessoas físicas em defesa do DHAA com os soviéticos, “grupo que exercia um poder ao mesmo tempo executivo e legislativo, impondo um modo de governar paralelo”.

Os profissionais de saúde pública têm habilidades e motivações questionáveis.

Mesmo com a sociedade civil apoiando o PL e fornecendo subsídios técnicos e científicos sobre os malefícios do consumo de ultraprocessados na infância, a indústria ainda contra-argumentava, especialmente com a culpabilização individual e com ataques à classificação Nova.



O PROBLEMA “TRIVIAL” E “INDIVIDUAL”: CRIADO POR UMA MINORIA DE CONSUMIDORES.

Os danos à saúde não são causados pelos produtos/serviços da indústria.

Em carta direcionada ao presidente da Câmara de Vereadores, representantes da indústria utilizam dados do Vigitel 2019 sobre a redução do consumo de refrigerantes e fazem uma livre associação que não é baseada em evidências (redução do consumo de refrigerantes e aumento do sobrepeso e obesidade, logo, o consumo de refrigerantes não tem relação com sobrepeso e obesidade) e distorcem orientações da OMS sobre a redução do consumo de sódio, açúcares adicionados e gorduras.



Estratégia de enquadramento

Prejuízos à saúde surgem dos padrões de consumo de minorias.

Representantes da indústria aproveitam-se da origem multifatorial da obesidade para retirar o peso do consumo de ultra-processados e focar no sedentarismo e na falta de educação alimentar e nutricional como pontos principais do problema, culpabilizando os indivíduos.



A SOLUÇÃO ACEITÁVEL E “BOA”: FOCADA NO INDIVÍDUO, APOIADA PELAS CORPORAÇÕES.

As soluções devem visar os indivíduos, não populações inteiras.

A mobilização da indústria usou argumentação usualmente utilizada de culpabilização individual pela obesidade e ênfase na prática de atividade física como solução central para o problema.



Estratégia de enquadramento

I Algumas estratégias identificadas²⁸¹



ACESSAR E INFLUENCIAR A FORMULAÇÃO DE POLÍTICAS



Estratégias e mecanismos

ABIA, Abicab, ABIR, Asserj, Fecomércio-RJ, Rio Indústria e SindRio assinaram carta enviada por e-mail aos vereadores da cidade do Rio de Janeiro e propuseram redação para o PL nº 1.662/2019 de forma que beneficiasse as indústrias, inclusive autorizando o Poder Executivo a “conceder benefícios fiscais a entidades e empresas que possuem políticas internas de ginástica laboral associadas a programa de saúde e medicina do trabalho, com foco no consumo consciente dos alimentos²⁸²”. Também usam argumentos contrários à classificação Nova de alimentos adotada pelo Ministério da Saúde no Guia Alimentar para a População Brasileira para criticar a base do PL nº 1.662/2019.²⁸³

Os vereadores Rafael Aloisio Freitas (Cidadania), Carlo Caiado (PSD), Cesar Maia (PSDB), Dr. Gilberto (Solidariedade), Dr. Rogério Amorim (PL) e Átila Nunes (PSD), da cidade do Rio de Janeiro, receberam representantes da indústria da SindRio, Rio Indústria, ABIA, ABIR, Abimapi e Fecomércio-RJ para falar sobre o PL.²⁸⁴



FABRICAR APOIO PÚBLICO PARA POSIÇÕES CORPORATIVAS



Estratégias e mecanismos

Coalizão formada pelas associações da indústria ABIA, Abicab e ABIR para tentar impedir o andamento do PL.

As associações de indústria uniram-se a outras entidades que não seriam diretamente afetadas pelo projeto, como Asserj, Fecomércio-RJ, Rio Indústria e SindRio.



MOLDAR EVIDÊNCIAS PARA CRIAR DÚVIDAS



Estratégias e mecanismos

No mesmo documento, os autores usaram um estudo publicado pelo Itai para criticar o uso da classificação de ultraprocessados no qual se baseia o PL. Ainda usam argumentos nada científicos, como: não existe alimento bom ou ruim; defende o consumo de todos os alimentos com moderação; defende que a obesidade é multifatorial e não tem relação direta com a alimentação; culpabiliza o indivíduo pelo aumento da obesidade e relaciona o problema com a falta de educação nutricional e com o sedentarismo. Além disso, distorce as orientações da OMS sobre a redução da ingestão de nutrientes críticos como sódio, açúcar adicionado e gorduras e critica a classificação de ultraprocessados.



DESLOCAR E USURPAR A SAÚDE PÚBLICA



Estratégias e mecanismos

A indústria propôs a substituição do PL que proíbe a venda de alimentos e bebidas ultraprocessados nas cantinas das escolas que, naquele momento, regulava a altura da exposição desses produtos nos pontos de venda e institui SAA nas empresas privadas da cidade do RJ por um PL completamente irrelevante de “incentivo a hábitos de vida saudáveis” e “educação nutricional”, além de proporcionar incentivos fiscais às empresas que aderissem.

A proposta de texto substitutivo ao PL nº 1.662/2019 baseia-se no incentivo à prática de atividade física e na educação nutricional, ignorando qualquer relação entre o consumo de determinados produtos como os ultraprocessados e DCNT.



GERENCIAR REPUTAÇÕES EM BENEFÍCIO CORPORATIVO



Estratégias e mecanismos

A indústria ataca a classificação Nova de alimentos e contesta os conceitos sobre processamento de alimentos utilizados no Guia Alimentar para a População Brasileira do Ministério da Saúde, nos quais baseia-se o PL.



5.6 ***NAMING RIGHTS:*** **A OFENSIVA DAS** **CORPORAÇÕES** **PARA SE APRO-** **PRIAR DAS CIDADES**



Naming rights | estratégia da iniciativa privada de comprar o nome de um local público.

O mais recente caso de mudança de nome é do estádio do São Paulo, o Morumbi, que foi rebatizado como **MorumBis**, após vender o *naming rights* para a **Mondelez Brasil**, transnacional de alimentos que tem o chocolate Bis, da marca Lacta, em seu portfólio.



Nas últimas décadas, a lógica privatista contribuiu para que a exploração econômica por meio da renomeação alcançasse espaços públicos de grande circulação de pessoas, como estações de metrô e parques.

Segundo afirma a diretora de *marketing* de chocolates da Mondelez Brasil, Fabíola Menezes, **“isso tudo vai permitir, pelos próximos três anos, ações que vão gerar ‘awareness’ [reconhecimento da marca], que vão se conectar com o consumidor e também ganhar novos compradores”**.



O contrato do São Paulo com a Mondelez é de **R\$ 75 milhões por três anos** - uma média de **R\$ 25 milhões por ano**.



A compra dos *naming rights* do estádio passou a valer a partir de 2024 e é o **maior investimento de comunicação já feito na história da corporação**.



A estratégia de *marketing* inclui a **venda de produtos e a renomeação de setores internos do estádio** que receberão nomes de outros produtos, os chocolates Oreo e Diamante Negro.

As cidades se tornaram uma arena de disputa publicitária das grandes corporações. O *naming rights* (direito de uso do nome), termo que se refere à modalidade de patrocínio pago por uma empresa para obter o direito de ter o nome da sua marca associado a espaços urbanos por um período determinado, surgiu na década de 1970, nos EUA, por iniciativa de grandes clubes esportivos. No Brasil, a prática empresarial norte-americana teve início na década de 1990, com parcerias com casas de espetáculos e arenas esportivas, como um instrumento de arrecadação de recursos²⁸⁵. A compra de *naming rights* é uma estratégia das corporações de promover publicidade disfarçada, que pode resultar em conflitos relacionados à memória e aos marcos espaciais das cidades. Do Estádio Morumbi em São Paulo (SP) à Estação de Metrô Botafogo/Coca-Cola no Rio de Janeiro (RJ), nas últimas décadas, a lógica privatista contribuiu para que a exploração econômica por meio da renomeação alcançasse espaços públicos de grande circulação de pessoas, como estações de me-

A compra de *naming rights* é uma estratégia das corporações de promover publicidade disfarçada, que pode resultar em conflitos relacionados à memória e aos marcos espaciais das cidades.

trô e parques. Com isso, a estratégia da iniciativa privada de comprar o nome de um local público tem crescido no Brasil.

Na década de 1990, a grande quantidade de propagandas com anúncios publicitários, placas e *outdoors* espalhados pelas cidades causaram a chamada “poluição visual”, que levou à aprovação da Lei Cidade Limpa (Lei nº 14.223), de 2006²⁸⁶, na capital paulista. A primeira legislação a regulamentar a publicidade no espaço público entrou em vigor com o objetivo de mostrar a supremacia do bem comum sobre qualquer interesse corporativo²⁸⁷, porém a proibição não foi suficiente para São Paulo ser uma cidade livre do processo de mercantilização. As

corporações se reinventaram e buscaram outras estratégias de *marketing* para ocuparem os espaços urbanos.

O futebol brasileiro aposta em *naming rights* há quase 20 anos. O estádio do Club Atlético Paranaense, em Curitiba, foi o primeiro a adotar esse tipo de patrocínio, em 2005, com a venda dos direitos de uso do nome por três anos para a Kyocera

Mita America, empresa japonesa de produtos eletrônicos e de tecnologia. Desde então, ele passou por diversas renomeações²⁸⁸. O nome Kyocera Arena durou apenas três anos e a parceria foi encerrada devido às expectativas frustradas de arrecadar mais com a venda do nome. Desde então, os contratos de *naming rights* crescem e se multiplicam no futebol brasileiro. Em 2013, a empresa de seguros Allianz pagou pelos *naming rights* do estádio do Palmeiras, que passou a ter o nome de Allianz Parque²⁸⁹. Depois, a farmacêutica Neo Química pagou pelos direitos de uso do nome do estádio do Corinthians, renomeado de Neo Química Arena e o Estádio do Pacaembu passou a se chamar Mercado Livre Arena Pacaembu²⁹⁰. No caso do Allianz Parque, a comunidade palmeirense se manifestou de forma contrária à mudança de nome²⁹¹, com a participação em uma CP, mas só conseguiu que a palavra “Parque” fosse inserida como referência ao Parque Antártica, primeiro nome dado ao estádio do Palmeiras em 1902.

De acordo com dados divulgados pelos clubes, os maiores contratos de *naming rights* no Brasil pertencem ao Palmeiras e ao São Paulo, que recebem R\$ 27,5 milhões e entre R\$ 25 e R\$ 30 milhões por ano, respectivamente. Atrás fica o valor pago pela Neo Química ao Corin-

thians, que está na casa dos R\$ 20 milhões anuais²⁹². O levantamento da *KPMG Football Benchmark* mostra que, apesar de apostar no *naming rights*, o valor arrecadado nesse tipo de acordo é menor apenas que as receitas obtidas com patrocínios de uniformes e contratos para fornecimento de material esportivo²⁹³.

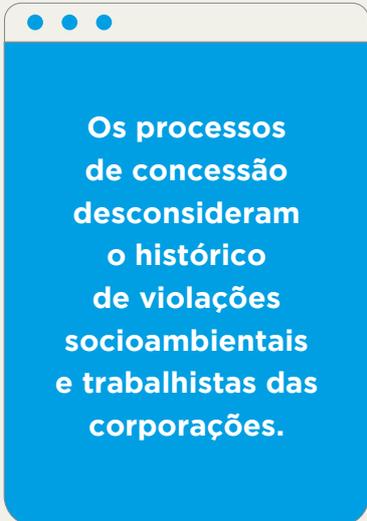
O mais recente caso de mudança de nome é do estádio do São Paulo, o Morumbi, que foi rebatizado como MorumBis, após vender o *naming rights* para a Mondelez Brasil, transnacional de alimentos que tem o chocolate Bis, da marca Lacta, em seu portfólio. O contrato do São Paulo com a Mondelez é de R\$ 75 milhões por três anos - uma média de R\$ 25 milhões por ano. A compra dos *naming rights* do estádio passou a valer a partir de 2024 e é o maior investimento de comunicação já feito na história da corporação.

No entanto, os processos de concessão desconsideram o histórico de violações socioambientais e trabalhistas dessas corporações. Em 2020, a Repórter Brasil denunciou o trabalho escravo na indústria do cacau. Entre as gigantes de ultraprocessados estão a Mondelez, que reconheceu publicamente a dificuldade de se estabelecer boas condições de trabalho nas lavouras²⁹⁴. Em 2021, em uma ação nos EUA, a Mondelez apareceu em outra lista,

entre as empresas acusadas de ter relações com fazendas da Costa do Marfim, na África, por se utilizar de mão-de-obra infantil na cadeia produtiva²⁹⁵. E no Brasil, uma pesquisa realizada pelo jornalista Marques Casara, em parceria com o Ministério Público do Trabalho (MPT), denunciou seis corporações apontadas por ter práticas de trabalho infantil e trabalho análogo à escravidão em lavouras de cacau na Bahia e no Pará: Nestlé, Mondelez, Garoto, Cargill, Barry Callebaut e Olam. Parte dessas empresas está com ações ajuizadas pelo MPT²⁹⁶.

Algumas dessas empresas, representadas pela ABIA, participaram indiretamente de um movimento recente das indústrias de ultraprocessados que tentou esvaziar a importância das mudanças na rotulagem nutricional frontal de alimentos embalados, estratégia corporativa que vem de encontro aos interesses coletivos de saúde. Desde 2020, com a rotulagem nutricional frontal passaria a ser obrigatória a inclusão de uma lupa na embalagem com indicação de excesso de nutrientes nocivos à saúde (açúcar adicionado, gordura

saturada e sódio), que estão associados ao desenvolvimento de DCNT como obesidade, diabetes e hipertensão²⁹⁷. As novas regras de rotulagem nutricional frontal entraram em vigor somente em outubro de 2022, mas a interferência da indústria fez com que a Anvisa concedesse mais um ano para o esgotamento das embalagens antes das corporações se adequarem às novas regras.



Os processos de concessão desconsideram o histórico de violações socioambientais e trabalhistas das corporações.

Essa modificação no regulamento sanitário ocorreu após a ABIA ter pressionado a Anvisa para que alterasse entendimento técnico sobre o açúcar adicionado para evitar impactos deletérios à implementação da nova rotulagem. Nos meses seguintes, empresas de alimentos apresentaram 57 pedidos para prorrogação dos

prazos e esgotamento de embalagens desatualizadas às vésperas do fim do período de adequação original. Isso fez com que o Idec movesse uma ação civil pública (ACP), na Justiça Federal de São Paulo, processo contra a Anvisa contra a prorrogação e o descumprimento dos prazos originais. O Idec sustenta que essa modificação regulatória foi enviesada unicamente por

interesses comerciais da própria indústria interessada em atrasar a nova rotulagem de alimentos e sem qualquer CP. Uma decisão provisória do juiz Marcelo Guerra Martins, da 13ª Vara Cível Federal de São Paulo, suspendeu imediatamente os efeitos da RDC nº 819/2023 e determinou que a Anvisa não adotasse novas medidas que, direta ou indiretamente, autorizem o descumprimento de prazos de implementação da RDC nº 429/2020 e IN nº 75/2020²⁹⁸. Com isso, essas estratégias de *lobby* da indústria, chamadas de captura corporativa, foram neutralizadas, evitando que as decisões regulatórias futuras sobre a rotulagem de alimentos sejam submetidas ao controle pelos próprios agentes econômicos regulados, fazendo-se prevalecer a proteção da saúde das pessoas diante da interferência de agentes econômicos.

A Mondelez Brasil apostou em uma estratégia de *marketing* que vai além do direito do uso do nome do estádio do Tricolor para promover a marca e a imagem da corporação, ao incluir a venda de produtos e a renomeação de setores internos do estádio que receberão nomes de outros produtos, os chocolates Oreo e Diamante Negro. Segundo afirma a diretora de *marketing* de chocolates da Mondelez Brasil, Fabíola Menezes, “isso tudo vai permitir, pelos

próximos três anos, ações que vão gerar ‘*awareness*’ [reconhecimento da marca], que vão se conectar com o consumidor e também ganhar novos compradores”²⁹⁹.

Aos poucos, a comercialização de *namings rights* chegou aos espaços públicos e passou a colocar em risco o apagamento de elementos referenciais da memória das cidades e de seus patrimônios históricos, que fazem parte do processo pelo qual os diferentes grupos sociais se identificam enquanto moradores³⁰⁰. A prática avançou em meio à ascensão de ações neoliberais de gestão urbana nas esferas locais, tendo a venda de nomes de estações de metrô em SP e no RJ como exemplo.

Em 2021, com a concessão de direitos de uso do nome, a Estação Botafogo de metrô, localizada na zona sul do Rio de Janeiro, foi renomeada com o nome da gigante de refrigerantes e passou a se chamar Botafogo/Coca-Cola. A corporação, que tem sede no bairro carioca, já havia manifestado interesse de comprar o nome da estação em 2013, ocasião em que o ex-governador, Sérgio Cabral, vetou a proposta³⁰¹. Com a justificativa de uma crise financeira devido à pandemia de Covid-19, a concessionária MetrôRio informou na época que a venda do nome da estação para a Coca-Cola era uma tentativa de aumentar a receita que

teria sido afetada com a redução na circulação de pessoas, provocada pela crise sanitária. Porém, o contrato com a transnacional foi firmado em 19 de fevereiro de 2020, sendo que a pandemia foi decretada pela OMS em março, fato que coloca em cheque o motivo da concessão e a falta de transparência nas tratativas.

O contrato entre a MetrôRio e a Coca-Cola terminaria em dezembro de 2022, totalizando cerca de 34 meses. O valor mensal acordado era de pouco mais de R\$ 282 mil, considerado baixo para uma empresa da magnitude da Coca-Cola, uma multinacional bilionária. O contrato garantia à corporação exclusividade na publicidade de sua marca, em troca de um pagamento mensal inferior a R\$ 300 mil, dos quais apenas parte foi repassada à concessionária. Este montante foi dividido em três parcelas de R\$3,2 milhões, com R\$2,2 milhões destinados à cessão dos *namings rights*, e posteriormente deduzidos os tributos incidentes. Da parte líquida, a Eletromídia repassou à MetrôRio apenas 55%. A MetrôRio afirma que a primeira parcela foi recebida ao longo de 2021, de acordo com informações da Secretaria de Estado de Transportes (Setrans)³⁰². Além da baixa quantia, o valor efetivamente recebido pela concessionária foi significativamente menor. Isso provoca dúvidas so-

bre a alegação de perda de receitas devido à pandemia, com a concessionária relatando uma perda superior a R\$550 milhões em 2020. As receitas da Coca-Cola somaram US\$ 11,9 bilhões entre agosto e setembro de 2022. Na América Latina, as receitas da Coca-Cola cresceram 24% em 2022³⁰³. O valor arrecadado não impactou no valor tarifário para os usuários do metrô, já que em 2021, o valor da tarifa passou de R\$ 5,00 para R\$ 5,80, e em 2023 chegou a R\$ 6,90³⁰⁴.

A parceria causou reações em meio a organizações da sociedade civil. Na ocasião, a ACT Promoção da Saúde realizou ações de rua, como a que ocorreu em frente à estação, com o mote “Xô Coca”. A ação contava com uma máquina de refrigerante, semelhante às que existem em praças de alimentação e restaurantes fast food, destacando as consequências ocasionadas pelo consumo de refrigerantes, como as DCNT. Mais de 50 organizações assinaram um manifesto³⁰⁵ contra a venda do direito do nome da estação para a indústria de refrigerantes. Após pressão, em novembro de 2022, o contrato de direitos de nome foi finalizado e a estação voltou ao seu nome original, Botafogo.

A ACT Promoção da Saúde também apresentou perante a Agência Regu-

ladora de Serviços Públicos Concedidos de Transportes Aquaviários, Ferroviários, Metroviários e de Rodovias do Estado do Rio de Janeiro (Age-transp) e a Secretaria de Transporte do Estado do Rio de Janeiro manifestação contrária ao *naming rights* para a Coca-Cola juntamente com um parecer jurídico para respaldar suas alegações. No parecer jurídico contrário à proposta de concessão dos *naming rights* da estação à Coca-Cola, a ACT Promoção da Saúde destacou questionamentos éticos e

jurídicos, entre eles o desrespeito ao patrimônio cultural imaterial representado por topônimo tradicional; a publicidade disfarçada e abusiva; a publicidade de produto cujo consumo é incompatível com a promoção de SAN e de alimentação adequada e saudável; e a falta de competência legal de concessionária de serviço público para ceder direito de denominação de logradouro público municipal e a falta de licitação e de previsão da receita na lei e no edital de licitação de concessão do serviço.

O CASO DA ESTAÇÃO BOTAFOGO/COCA-COLA



Em 2021, com a concessão de direitos de uso do nome, a Estação Botafogo de metrô, localizada na zona sul do Rio de Janeiro, foi renomeada com o nome da gigante de refrigerantes e passou a se chamar **Botafogo/Coca-Cola**.



Justificativa: a concessionária MetrôRio informou na época que a venda do nome da estação para a Coca-Cola era uma **tentativa de aumentar a receita** que teria sido afetada com a redução na circulação de pessoas, provocada pela crise sanitária causada pela pandemia de Covid-19.



Fatos: o contrato do MetrôRio com a Coca-Cola foi firmado em **19 de fevereiro de 2020**, sendo que a pandemia foi decretada pela OMS em março, fato que coloca em cheque o motivo da concessão e a falta de transparência nas tratativas.



Prazo: O contrato **terminaria em dezembro de 2022**, totalizando cerca de 34 meses.



A corporação, que tem sede no bairro carioca, já havia manifestado interesse de comprar o nome da estação em 2013, ocasião em que o ex-governador, Sérgio Cabral, vetou a proposta.

O contrato garantia à Coca-Cola **exclusividade na publicidade de sua marca**, em troca de um pagamento mensal inferior a **R\$ 300 mil**, dos quais apenas parte foi repassada à concessionária. Este montante foi dividido em **três parcelas de R\$3,2 milhões**, com **R\$2,2 milhões destinados à cessão dos *naming rights***, e posteriormente deduzidos os tributos incidentes. **Da parte líquida, a Eletromídia repassou à MetrôRio apenas 55%.**



Valor mensal: pouco mais de R\$ 282 mil, considerado baixo para uma empresa da magnitude da Coca-Cola, uma multinacional bilionária.



Fatos: além da baixa quantia, o valor efetivamente recebido pela concessionária foi significativamente menor. Isso provoca dúvidas sobre a alegação de perda de receitas devido à pandemia, com a concessionária relatando uma perda superior a R\$550 milhões em 2020.



As receitas da Coca-Cola somaram US\$ 11,9 bilhões entre agosto e setembro de 2022. Na América Latina, as receitas da Coca-Cola cresceram 24% em 2022.

O valor arrecadado não impactou no valor tarifário para os usuários do metrô, já que **em 2021, o valor da tarifa passou de R\$ 5,00 para R\$ 5,80, e em 2023 chegou a R\$ 6,90.**

2021

A MetrôRio afirma que a primeira parcela foi recebida ao longo de 2021, de acordo com informações da Secretaria de Estado de Transportes (Setrans).

Reações de organizações da sociedade civil

A **ACT Promoção da Saúde** realizou ações de rua, como a que ocorreu em frente à estação, com o mote **“Xô Coca”**. A ação contava com uma máquina de refrigerante, semelhante às que existem em praças de alimentação e restaurantes *fast food*, destacando as consequências ocasionadas pelo consumo de refrigerantes, como as DCNT.



Mais de 50 organizações assinaram um manifesto contra a venda do direito do nome da estação para a indústria de refrigerantes.

Após pressão, em **novembro de 2022**, o contrato de direitos de nome foi finalizado e **a estação voltou ao seu nome original, Botafogo.**

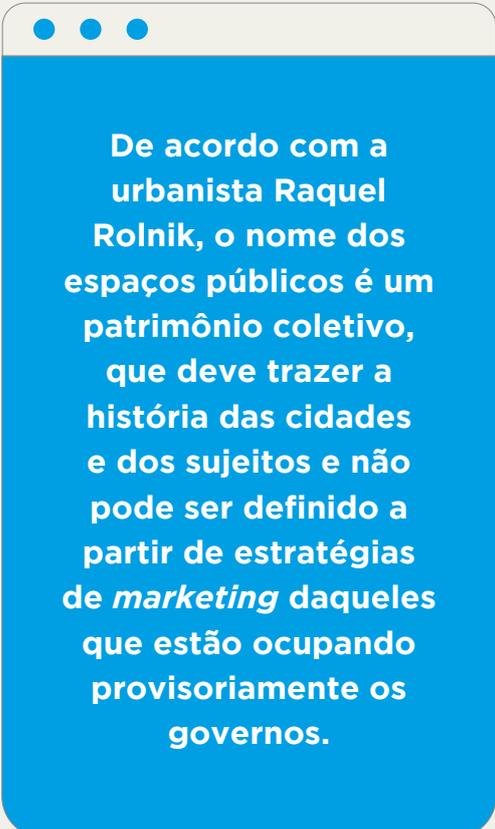
▶▶▶ A ACT Promoção da Saúde também apresentou perante a Agetransp e a Secretaria de Transporte do Estado do Rio de Janeiro manifestação contrária ao *naming rights* para a Coca-Cola juntamente com um parecer jurídico contrário à proposta de concessão dos *naming rights* da estação à Coca-Cola, como o desrespeito ao patrimônio cultural imaterial representado por topônimo tradicional e a publicidade disfarçada e abusiva.

5.6.1 DIREITO À MEMÓRIA E À IDENTIDADE

Em 1970, o arquiteto Nestor Goulart fez um estudo quando foi inaugurada a linha 1 do metrô paulista. O urbanista estabeleceu quatro critérios de nomeação: os nomes deveriam ser simples, ter apelo popular, ter relevância regional para favorecer a consciência da condição metropolitana, indicar à história da cidade ou a outro tipo de referência com significado para a população, bem como ser de fácil leitura e pronúncia.

De acordo com a urbanista Raquel Rolnik, o nome dos espaços públicos é um patrimônio coletivo, que deve trazer a história das cidades e dos sujeitos e não pode ser definido a partir de estratégias de *marketing* daqueles que estão ocupando provisoriamente os governos. Para ela, com a venda de naming ramings, os nomes das coisas são definidos pela capacidade de rentabilidade e mercantilização dos nomes e não pelo significado histórico que a denominação carrega³⁰⁶.

Rolnik explica que os topônimos, os nomes das coisas, são um patrimônio imaterial e não podem ser vendidos para qualquer interesse comercial, pois têm um significado público. No caso do metrô do RJ, com o nome de Coca-Cola, é ainda



De acordo com a urbanista Raquel Rolnik, o nome dos espaços públicos é um patrimônio coletivo, que deve trazer a história das cidades e dos sujeitos e não pode ser definido a partir de estratégias de *marketing* daqueles que estão ocupando provisoriamente os governos.

mais problemático, pois é um caso de saúde pública. O governo optou por atrelar a um bem público uma marca de refrigerantes, produto ultraprocessado com altas concentrações de açúcar, cujo consumo é associado às DCNT³⁰⁷. Um dos problemas da prática de venda de *naming rights* é o caráter publicitário que, quando se trata de produtos nocivos à saúde, traz a tentativa de naturalizar o produto, torná-lo desejado e socialmente aceito.

Desde 2021, a concessão do direito de uso do nome à iniciativa privada para o *marketing* se tornou uma prática em metrô de SP, que criou uma legislação que permitiu ao Executivo estadual levar a cabo todas as licitações para que as empresas pudessem acrescentar nomes de marcas ou produtos em seis estações do metrô. A Comissão de Proteção à Paisagem Urbana da Prefeitura de SP, que analisa propostas de veiculação de nomes e marcas nos espaços, autorizou o metrô a conceder os direitos de uso de nome das estações da cidade por pelo menos 20 anos³⁰⁸. Desde então, os passageiros passaram a ter que conviver com a privatização do espaço do transporte coletivo. Após licitações, as estações de metrô “Paulista” e “Saúde” foram rebatizadas de “Pernambucanas” e “Ultrafarma”, respectivamente. O mesmo ocorreu nas estações da zona leste da cidade que passaram a ter o nome de “Penha/Lojas Besni” e “Carrão/Assaí Atacadista”.

O direito sobre o uso do nome pode ter um impacto em escolas, terminais de ônibus, estações de metrô, entre outros, pois interfere na localização geográfica e no deslocamento nas cidades. Em reportagem ao G1, o Idec manifestou preocupação com o *naming rights*: “o nome

da estação é uma referência para os usuários, o nome da estação se torna o nome da região, tanto do metrô, quanto dos trens, então, romper abertamente essa referência é bastante preocupante e pode confundir muitos cidadãos que estão usando cotidianamente o transporte”³⁰⁹.

Os editais mencionam apenas o código de integridade do metrô, que prevê que princípios éticos sejam observados. Porém, há evidências de que o histórico de irregularidades largamente difundidas pela mídia não são considerados nos editais de *naming rights*³¹⁰. Por exemplo, o Assaí Atacadista, rede de supermercados que conta com mais de 280 lojas pelo país e dá nome ao metrô Carrão, foi alvo de denúncia do movimento negro no mesmo ano das licitações de *naming rights*, após o metalúrgico Luiz Carlos da Silva ter sido obrigado a tirar a roupa para provar não ter furtado produtos em uma unidade do grupo Assaí, em Limeira, no interior de SP. Após investigação, o Ministério Público do Estado de SP (MPSP) denunciou duas pessoas envolvidas por crime de racismo³¹¹. Em 2017, o Ministério Público do Mato Grosso (MPMT) também denunciou a rede atacadista por humilhar e perseguir empregados e pediu R\$ 3 milhões de indenização³¹².

Nas últimas décadas, surgiu uma área de estudo chamada 'toponímia crítica', que aborda a nomeação de lugares como objetos de disputas políticas e de poder. De acordo com esse campo de estudo, os nomes de lugares são ameaçados pelas corporações que incorporam para benefício financeiro ou simbólico próprio a paisagem toponímica que faz parte dos bens comuns. O artigo 'Comodificação toponímica e a cidade neoliberal: sobre a venda de direitos de nomeação (*naming rights*) das estações do metrô de São Paulo' conclui que a Companhia do Metropolitano de São Paulo não tem dado importância aos nomes de estações enquanto patrimônio coletivo ou aos conflitos identitários e de memória, e as consequências que a renomeação pode desencadear na capital paulista. O nome dos lugares associados a corporações envolvidas em escândalos de corrupção, crimes ambientais, violação de direitos humanos ou *lobby* pode ameaçar a imagem e a reputação tanto dos governos, quanto dos moradores e dos lugares³¹³.

Em SP, uma única agência de publicidade adquiriu os direitos de uso do nome de todas as estações de metrô. Ela ganhou a licitação e terceirizou o *naming rights* para outras

empresas. No caso das estações do Rio, não houve pedido de autorização para a Agência Reguladora de Serviços Públicos Concedidos de Transportes Aquaviários, Ferroviários, Metroviários e de Rodovias do Estado do Rio de Janeiro (Age-transp) para o *naming rights*. No dia 1º de janeiro de 2020, o metrô acordou com o nome alterado. O negócio também foi desfeito de uma hora para outra, sem informar a Secretaria Municipal de Transporte do Rio de Janeiro ou a Agetransp, o que demonstra a fragilidade da apropriação de bens públicos para fins comerciais. A venda dos nomes das estações de metrô é um exemplo de um movimento maior de privatização dos espaços públicos, como o que acontece com os parques em SP, por exemplo, a concessão do Parque Ibirapuera à iniciativa privada³¹⁴.

Pesquisadores da Faculdade de Arquitetura e Urbanismo da Universidade de São Paulo (FAU/USP) constataram que não houve consultas e audiências públicas para a elaboração de PL e diretrizes legais para a organização da gestão e transparência na divulgação das licitações, concessões e contratos com as empresas privadas nos processos de concessão de *naming rights*³¹⁵.

Após a cessão do nome em metrô no estado de SP, o prefeito da capital paulista, Ricardo Nunes (MDB-SP), sancionou a lei de *naming rights*, em dezembro de 2023, que permite a mudança do nome de escolas, hospitais, praças e outros equipamentos públicos. O Tribunal de Justiça de São Paulo (TJSP) concedeu uma liminar para suspender a lei, que ainda não havia sido regulamentada. A decisão foi do desembargador de plantão Nuevo Campos, baseada em uma ação movida pelo PSOL de SP, que alegou que a Prefeitura está mercantilizando o espaço público ao permitir a venda de nomes³¹⁶.

Os *naming rights* podem apresentar uma série de discussões sobre o papel das cidades. Ao renomear espaços públicos com base em marcas corporativas, pode haver uma perda da identidade cultural e histórica desses locais, além de uma influência crescente da cultura corporativa sobre o espaço público, o que pode gerar desconexão com os membros da comunidade. Os espaços podem estar sujeitos a mudanças frequentes de nome, à medida que diferentes contratos de patrocínio são negociados. Isso pode levar à confusão entre o público e dificultar a identificação e a memorização do nome atual desses locais, além da dependência de financiamento

corporativo para espaços públicos, que pode limitar a autonomia das autoridades públicas na tomada de decisões sobre o uso desses espaços e aumentar a influência das corporações sobre políticas e práticas locais. E, ainda, nos contratos firmados com empresas de ultraprocessados, essa prática colabora para a promoção de produtos alimentícios não saudáveis e é traduzido em um conflito de interesses entre os objetivos de saúde pública e os interesses comerciais das corporações, tornando mais difícil implementar medidas regulatórias eficazes para promover dietas saudáveis e reduzir os danos causados por alimentos não saudáveis.

Os espaços públicos desempenham funções sociais importantes, entre elas a convivência, encontros, cultura, lazer e esporte. A privatização pode levar à transformação dos espaços públicos em áreas comerciais voltadas ao lucro, o que implica na perda da função social destes locais, como, por exemplo, a diminuição de espaços gratuitos, tornando a cidade mais voltada para o consumo e menos para as necessidades sociais. Também pode contribuir com o aumento da exclusão social, a comercialização excessiva e a perda de identidade cultural, prejudicando a possibilidade de uma cidade justa e equitativa. Outro exemplo de pro-

blemas gerados após a concessão à iniciativa privada são os cemitérios da capital paulista, que após um ano de contrato apresentam problemas de segurança, de infraestrutura e o encarecimento do serviço, que ficou dez vezes mais caro do que antes da privatização³¹⁷.

Para enfrentar os problemas criados pelo avanço de corporações sobre o espaço urbano é preciso compreender as cidades como esse lugar-co-

mun, de memória e de convivência. Segundo o historiador Luiz Antônio Simas, os espaços da cidade não podem ser limitados às suas construções, pois neles estão presentes memórias, anseios, sonhos e invenções da vida de várias gerações. Mas, para que a cidade seja viva e um espaço de encontro, deve predominar a circulação dos saberes, ao invés de espaços de circulação de mercadorias destinadas à acumulação e à circulação do capital³¹⁸.

▀ Algumas estratégias identificadas³¹⁹



FABRICAR APOIO PÚBLICO PARA POSIÇÕES CORPORATIVAS



Estratégias e mecanismos

A Mondelez fez o maior investimento de *marketing* da sua história e comprou os *namings rights* do Morumbi, Estádio do São Paulo Futebol Clube, por R\$ 25 milhões de reais/ano, por três anos. O estádio foi rebatizado com o nome de “MorumBis”, uma das marcas de chocolate da Mondelez. Além disso, os setores internos do estádio serão renomeados com os nomes de outras marcas da companhia: Oreo e Diamante Negro.³²⁰



ACESSAR E INFLUENCIAR A FORMULAÇÃO DE POLÍTICAS



Estratégias e mecanismos

Pesquisadores da FAU/USP³²¹ constataram que não houve consultas e audiências públicas para a elaboração de projetos de lei e diretrizes legais para a organização da gestão e transparência na divulgação das licitações, concessões e contratos com as empresas privadas nos processos de concessão de *naming rights*.

A Comissão de Proteção à Paisagem Urbana da Prefeitura de São Paulo, que analisa propostas de veiculação de nomes e marcas nos espaços, autorizou o metrô de São Paulo a conceder os direitos de uso de nome das estações da cidade por pelo menos 20 anos.³²²

Após a aquisição do nome em metrô no estado de São Paulo, o prefeito da capital paulista, Ricardo Nunes (MDB-SP), sancionou a lei de *naming rights*, em dezembro de 2023, que permite a mudança do nome de escolas, hospitais, praças e outros equipamentos públicos.³²³

A Coca-Cola estabeleceu um contrato de compra de *naming rights* da estação de metrô Botafogo, bairro onde a sede da companhia fica localizada no Rio de Janeiro. A compra foi acertada com a MetrôRio, concessionária que opera o transporte metroviário na cidade do Rio de Janeiro. O parecer jurídico apresentado pela ACT Promoção da Saúde afirma que a concessionária não possui a competência legal para ceder direito de denominação de logradouro público. A companhia não realizou o pedido à Agetransp. A Agência e a Secretaria Municipal de Transportes também não souberam quando o negócio foi desfeito^{324,325}.

5.7 REFORMA TRIBUTÁRIA VIROU CAMPO DE BATALHA DOS LOBISTAS DA ALIMENTAÇÃO NO BRASIL



A tributação onerosa de produtos nocivos à saúde já foi adotada em 60 localidades, como o México, a Colômbia, o Reino Unido, os EUA e a África do Sul, sendo que a maioria adotou um imposto seletivo. A Colômbia foi o primeiro país a ampliar o imposto sobre ultraprocessados com a aprovação da reforma tributária, em 2022³²⁶. Experiências internacionais têm demonstrado a efetividade da tributação de alimentos não saudáveis para a saúde e a economia³²⁷. A política tributária impacta o preço e modifica o consumo. Em Berkeley, Califórnia, EUA, por exemplo, três anos após a adoção do imposto seletivo sobre bebidas açucaradas o consumo caiu 44%³²⁸. Apesar da tributação de bebidas açucaradas ser recente para avaliar todos os efeitos na saúde pública após a adoção da política, há projeções de que, se todos os países aumentassem os tributos de bebidas açucaradas em 50 anos, entre 800 mil e 2,2 milhões de mortes prematuras seriam evitadas e poderiam ser arrecadados de US\$ 700 bilhões a US\$ 1,4 trilhão³²⁹. Ao contrário do que os relatórios eco-

nômicos financiados pela indústria apontam, não há evidências sobre os impactos negativos da tributação sobre a arrecadação tributária ou sobre prejuízos na geração de empregos, no produto interno bruto (PIB) ou sobre as receitas, fatores que poderiam interferir na economia.

No Brasil, ultraprocessados não têm uma tributação onerosa específica e, ainda, a cadeia produtiva das bebidas adoçadas tem excessivos benefícios fiscais oriundos da Zona Franca de Manaus (ZFM), que beneficiam empresas situadas dentro e fora da área de livre comércio, além de outros benefícios fiscais existentes na legislação. Os subsídios incluem isenções de impostos federais, como o Im-

posto sobre Produtos Industrializados (IPI) e o PIS/Cofins, além de benefícios tarifários para a importação de insumos e matérias-primas. Essas medidas são destinadas a reduzir os custos de produção das empresas e aumentar sua competitividade no mercado nacional³³⁰. Esses subsídios têm sido alvo de críticas, pois representam uma renúncia significativa de receitas para o Estado sem resultar

Há projeções de que, se todos os países aumentassem os tributos de bebidas açucaradas, em 50 anos, entre 800 mil e 2,2 milhões de mortes prematuras seriam evitadas.

postado sobre Produtos Industrializados (IPI) e o PIS/Cofins, além de benefícios tarifários para a importação de insumos e matérias-primas. Essas medidas são destinadas a reduzir os custos de produção das empresas e aumentar sua competitividade no mercado nacional³³⁰. Esses subsídios têm sido alvo de críticas, pois representam uma renúncia significativa de receitas para o Estado sem resultar

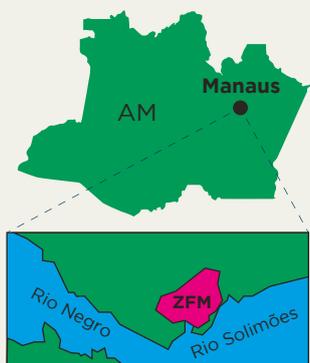
TRIBUTAÇÃO DE BEBIDAS AÇUCARADAS NO BRASIL



É uma das medidas regulatórias que mais sofre com o *lobby* da indústria, pois é a mais custo-efetiva para redução do consumo.

Atualmente: inúmeros benefícios fiscais

Zona Franca de Manaus



Benefícios tarifários para a importação de insumos e matérias-primas;

Isonções de impostos federais (como o IPI e o PIS/Cofins).

A OMS recomenda o aumento da tributação dessas bebidas em pelo menos **20%**, para que haja aumento do preço final e, conseqüentemente, a **redução do consumo**.

CRÍTICAS À ISENÇÃO DE IMPOSTOS E BENEFÍCIOS FISCAIS



Representam uma renúncia significativa de receitas para o Estado sem resultar em desenvolvimento regional e geração de empregos.



Aumentam os custos no sistema de saúde devido às doenças causadas pelo consumo desses produtos.



Geram impactos socioambientais e não estimulam atividades econômicas mais diversificadas e sustentáveis na Amazônia.

em desenvolvimento regional e geração de empregos, geram impactos socioambientais, não estimulam atividades econômicas mais diversificadas e sustentáveis na Amazônia³³¹ e aumentam os custos no sistema de saúde devido às doenças causadas pelo consumo desses produtos.

Após 35 anos de tentativas de se aprovar uma reforma tributária³³² no Brasil, em dezembro de 2023 foi promulgada pelo Congresso Nacional a Emenda Constitucional nº 132, com novas regras relativas à tributação sobre o consumo, com o objetivo de simplificar a tributação. A nova política tributária pode exercer um papel importante na construção de um país que prioriza a promoção da saúde. Na regra aprovada destacam-se três alterações que podem promover a alimentação adequada e saudável: a instituição do imposto seletivo para produtos nocivos à saúde e ao meio ambiente; a instituição de uma cesta básica nacional de alimentos isenta de tributos³³³; e a desoneração fiscal para alimentos destinados ao consumo humano. A relação dos produtos que estarão submetidos a essas regras será definida na etapa de regulamentação da reforma tributária, prevista para o primeiro semestre de 2024.

A interferência da indústria na tributação de bebidas açucaradas foi descrita na primeira versão do Dos-

siê *Big Food* e é uma das medidas regulatórias que mais sofre com o *lobby* da indústria³³⁴, pois é a medida mais custo-efetiva para redução do consumo. Para que o novo sistema de cobrança de tributos brasileiro cumpra a função ao passar por regulamentação, o Estado enfrenta o desafio de não deixar que os interesses privados da *Big Food*, da *Big Soda* e do *Big Agro*, comprometidos apenas com a maximização do lucro em detrimento da saúde da população, se sobreponham ao interesse público de garantir que os alimentos saudáveis sejam mais acessíveis e cheguem até a mesa dos brasileiros.

Durante as negociações da reforma tributária no Congresso Nacional, organizações da sociedade civil, associações médicas e de saúde e a academia demonstraram, por meio de dados e evidências científicas sem conflitos de interesses, que os ultraprocessados devem ser submetidos ao imposto seletivo, pelo fato de o seu consumo ser fator de risco para as DCNTs. Além disso, esses produtos não podem compor a cesta básica nacional, tão pouco serem beneficiados com a desoneração tributária prevista na reforma tributária.

A indústria, por sua vez, fazia muita pressão e *lobby* sobre o governo e o Congresso Nacional, e se utilizava de argumentos e estudos enviesados, cujos resultados favorecem

seus próprios interesses. Entre eles está um estudo da Fundação Getulio Vargas (FGV)³³⁵, que, diferentemente dos estudos robustos que evidenciam uma relação entre alimentação e DCNT, incluindo a obesidade, concluiu que idade, renda e atividade física são os principais fatores ligados ao crescimento dos índices de obesidade no Brasil. O presidente-executivo da Associação Brasileira da Indústria de Alimentos (ABIA), João Dornellas, levou o estudo para uma audiência na Câmara dos Deputados. O portal O Joio e o Trigo tentou verificar com a FGV as fontes de financiamento desse estudo, mas o argumento apresentado é que “por questões contratuais, a FGV não revela informações sobre patrocínio e/ou apoiadores de suas pesquisas e estudos”^{336,337}.

João Galassi, presidente da Associação Brasileira dos Supermercados (ABRAS), se reuniu com o vice-presidente Geraldo Alckmin em abril de 2023 para levar o pedido de tratamento diferenciado na tributação de alimentos que compõem a cesta básica. Em julho, a ABRAS apresentou

ao Ministro da Fazenda, Fernando Haddad, um relatório que ressaltava que a cesta básica poderia sofrer uma alta de imposto de cerca de 60%^{338,339}.

A manobra da indústria para se blindar das mudanças da tributação tem tido a atuação principalmente da ABIA, da Abicab, da ABIMAPI e da ABIR, que lançaram a campanha

“Carrinho Livre: por uma reforma tributária que respeite a sua liberdade de escolha”, em outubro de 2023³⁴⁰. O setor contratou uma série de matérias patrocinadas em veículos de comunicação para mostrar que não existe diferenciação entre grupos de alimentos e que todos devem receber desoneração^{341,342,343}. Este argumento vai contra as evidências

científicas que associam o consumo de ultraprocessados a um risco aumentado de DCNT como obesidade, doenças cardiovasculares, câncer, diabetes, além de mortalidade por todas as causas^{344,345,346}.

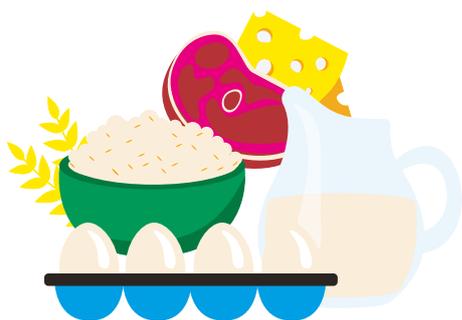
A discussão sobre a cesta básica nacional de alimentos causa polêmica e ainda serão definidos quais

A indústria fazia muita pressão e lobby sobre o governo e o Congresso Nacional, e se utilizava de argumentos e estudos enviesados, cujos resultados favorecem seus próprios interesses.

DECRETO Nº 11.936/2024, DE 5 MARÇO DE 2024, DO GOVERNO FEDERAL

Dispõe sobre a composição da **cesta básica de alimentos** no âmbito da Política Nacional de Segurança Alimentar e Nutricional (PN-SAN) e da Política Nacional de Abastecimento Alimentar (PNAAB).

Alimentos *in natura* e minimamente processados



Frutas, legumes, verduras e alguns tipos de cereais, queijos, leites, carnes e ovos.

O Decreto está alinhado às recomendações do **Guia Alimentar para a População Brasileira**, do Ministério da Saúde.

alimentos serão desonerados. O perigo é que, devido à pressão da indústria, os ultraprocessados entrem na lista de alimentos com alíquota zero ou reduzida (desoneração). Em março de 2024, o Governo Federal deu um passo importante, com o Decreto nº 11.936/2024, que trata sobre o conjunto de alimentos da cesta básica nacional de alimentos. Sua composição será de alimentos *in natura* e minimamente processados como frutas, legumes, verduras e alguns tipos de cereais, queijos, leites, carnes e ovos. O Decreto está alinhado às recomendações do Guia Alimentar para a População Brasileira³⁴⁷, do Ministério da Saúde. Apesar das associações de saúde pública e coletiva avaliarem como positivo o Decreto³⁴⁸, a composição da cesta básica ainda será discutida no Congresso Nacional, e a deputada Bia Kicis apresentou um Projeto de Decreto Legislativo para sustar os efeitos desse Decreto³⁴⁹.

Apesar de inúmeras pesquisas e especialistas apontarem os impactos dos ultraprocessados para a saúde, as refeições prontas, salgadinhos, biscoitos e refrigerantes estão cada vez mais presentes na dieta dos brasileiros, e isso se dá devido a uma série de vantagens comerciais des-

se tipo de produto, que vão desde a praticidade e propaganda até incentivos fiscais, que por sua vez influenciam o preço. De acordo com o estudo da ACT Promoção da Saúde “Dinâmica e diferenças dos preços dos alimentos saudáveis e ultraprocessados no Brasil”³⁵⁰, de autoria do economista Valter Palmieri Júnior, os alimentos *in natura* apresentam, desde 2006, uma elevação em relação aos ultraprocessados. De junho de 2006 até março de 2021, a inflação das frutas, por exemplo, foi 89% maior do que o Índice Nacional de Preços ao Consumidor Amplo (IPCA), que serve como uma referência para medir a inflação no país, e 114% maior do que açúcares e derivados. Os refrigerantes também apresentaram oscilação de preço muito inferior ao das frutas, tornando-se 43% mais baratos em relação ao mesmo período.

Há diferenças significativas também no que se refere ao investimento público para a produção de commodities em comparação ao investimento destinado à agricultura familiar, maior responsável pela produção de frutas, legumes e verduras. Entre 2020 e 2021, o governo destinou R\$ 251,2 bilhões, sendo R\$ 211,86 bilhões para o agronegócio contra R\$ 39,34 bilhões para agricultura fami-

liar. Ou seja, o que o estudo demonstra é que a forma de tributação no Brasil favorece a produção de commodities e os fabricantes de ultraprocessados.

O *lobby* da *Big Food* e da *Big Soda* dificulta a construção de políticas públicas que incentivem uma alimentação saudável, o que resulta em custos sociais, ambientais e de saúde pública gerados pela produção e pela comercialização de seus produtos. Uma reportagem do Intercept Brasil³⁵¹ revelou que, com o apoio da Frente Parlamentar do Empreendedorismo, as corporações elaboraram uma minuta para conter os efeitos do imposto seletivo que sugere ao Governo Federal que exista uma lei específica para cada tipo de ultraprocessado. Foram apresentados dois projetos de lei complementar na Câmara dos Deputados com o apoio da Frente Parlamentar do Empreendedorismo e da Frente Parlamentar Agropecuária, o projeto de lei complementar (PLP) nº 29/2024³⁵², que trata do imposto seletivo e prevê determinações que atendem aos interesses do setor econômico, e o PLP nº 35/2024^{353,354} que trata da cesta básica com tributação zero para todo os tipos de alimentos, inclusive os ultraprocessados.

INFLAÇÃO NO PERÍODO DE JUNHO DE 2006 ATÉ MARÇO DE 2021

A inflação das **frutas** foi **89% maior** do que o IPCA.

A inflação das **frutas** foi **114% maior** do que açúcar e derivados.

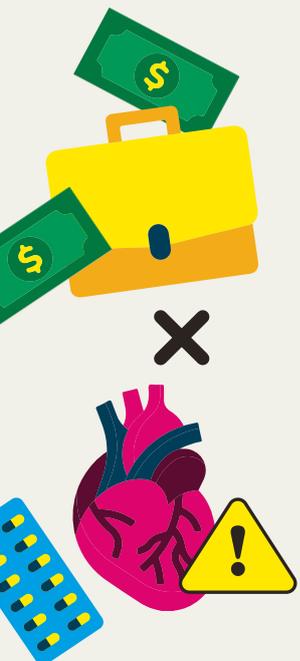


Os **refrigerantes** apresentaram oscilação de preço muito inferior ao das frutas, tornando-se **43% mais baratos** em relação ao mesmo período.

Fonte: estudo da ACT Promoção da Saúde “Dinâmica e diferenças dos preços dos alimentos saudáveis e ultraprocessados no Brasil”, de autoria do economista Valter Palmieri Júnior.

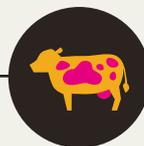
Produtos alimentícios ultraprocessados

- ▶ Possuem inúmeras **vantagens comerciais**, que vão desde a praticidade e propaganda até incentivos fiscais, que por sua vez influenciam o preço.
- ▶ Existem inúmeras evidências dos **impactos negativos** desses produtos **para a saúde**.



Investimento público entre 2020 e 2021 =

R\$ 251,2 bilhões



R\$ 211,86 bilhões
foram para o **agronegócio**



R\$ 39,34 bilhões
foram para a **agricultura familiar**

A Emenda Constitucional nº 132 prevê no artigo 9º regimes diferenciados de tributação para alguns bens e serviços, com redução de 60% das alíquotas da Contribuição sobre Bens e Serviços e do Imposto sobre Bens e Serviços. Entre eles, estão os “alimentos destinados ao consumo humano” e os “insumos agropecuários”. Uma lei complementar regula-

rá a matéria, e a depender de como será o entendimento na regulamentação, essa pode ser considerada uma brecha para que os ultraprocessados e os agrotóxicos, por exemplo, paguem menos impostos em vez de serem incluídos no rol de produtos alvo do imposto seletivo, por serem nocivos à saúde e/ou ao meio ambiente.



EMENDA CONSTITUCIONAL Nº 132 - ARTIGO 9º



Prevê **regimes diferenciados de tributação** para alguns bens e serviços.



Redução de 60% das alíquotas da Contribuição sobre Bens e Serviços e do Imposto sobre Bens e Serviços.



Entre eles, estão os “**alimentos destinados ao consumo humano**” e os “**insumos agropecuários**”.



Uma lei complementar regulará a matéria, e a depender de como será o entendimento na regulamentação, essa pode ser considerada uma **brecha para que os ultraprocessados e os agrotóxicos**, por exemplo, **paguem menos impostos** em vez de serem incluídos no rol de produtos alvo do imposto seletivo, por serem nocivos à saúde e/ou ao meio ambiente.

A indústria de ultraprocessados defende que a tributação tem que ser a mesma para todos os tipos de alimentos (*in natura*, minimamente processados, processados e ultraprocessados), utilizando a ameaça à SAN como principal justificativa. A ABIA argumenta que se houver uma tributação maior sobre qualquer tipo de produto alimentício, a fome no Brasil pode ser agravada, já que tal proposta comprometeria mais a renda dos mais pobres. A Associação afirma que “em um país em que 33 milhões de pessoas convivem com a fome e a insegurança alimentar, a oportunidade de simplificar e reduzir o custo de alimentos e bebidas não pode ser desperdiçada pelos parlamentares. Todos os alimentos têm valor, são direito do povo brasileiro e essenciais para a vida humana”³⁵⁵.

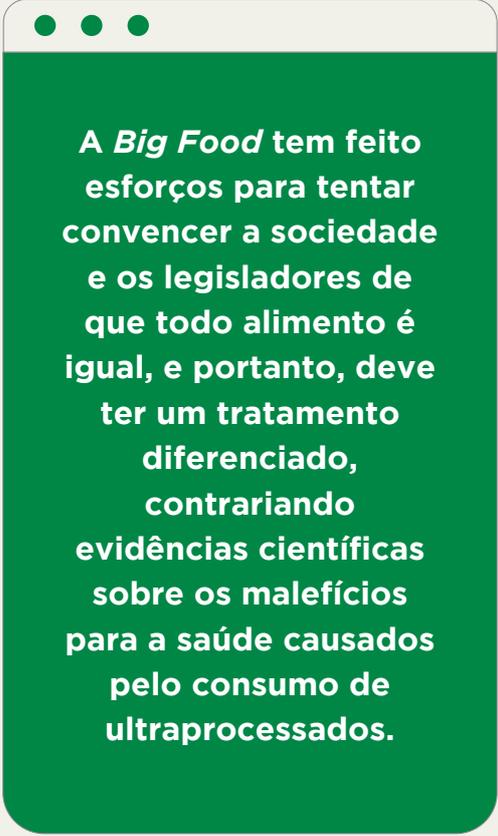
Contudo, para combater a fome e a insegurança alimentar é importante ressaltar que há uma relação entre a má alimentação e o crescimento expressivo e contínuo do excesso de peso e das DCNT, por isso é fundamental favorecer o acesso e o consumo de alimentos mais saudáveis, simultaneamente ao desestímulo ao consumo de ultraprocessados, por meio de políticas públicas, como a tributária³⁵⁶.

O próprio conceito de ultraprocessados tem sido objeto de ataque da indústria. O termo surgiu em 2009

com a classificação Nova de alimentos, desenvolvida pelo Núcleo de Pesquisas Epidemiológicas em Nutrição e Saúde (Nupens) da USP³⁵⁷, que deixa de analisar os alimentos apenas pelos macro e micronutrientes e passa a dividi-los em quatro grupos de acordo com o processamento (alimentos *in natura* ou minimamente processados, ingredientes culinários processados, alimentos processados e alimentos ultraprocessados). O professor titular do Departamento de Nutrição da Faculdade de Saúde Pública (FSP) da USP e coordenador científico do Nupens/USP, Carlos Monteiro, passou a ser atacado pela indústria porque a Nova expôs os efeitos nocivos dos ultraprocessados à saúde, ou seja, o oposto do discurso publicitário propagado nas últimas décadas pelas corporações³⁵⁸. Com isso, a indústria passou a investir recursos na produção de evidências críticas à Nova. Mesmo assim, a classificação ganhou respaldo internacional e, em 2014, deu fundamento científico e embasou as recomendações do Guia Alimentar para a População Brasileira, documento que também foi alvo de ataques da indústria, como relatado na primeira versão do Dossiê *Big Food*³⁵⁹. A *Big Food* tem feito esforços para tentar convencer a sociedade e os legisladores de que todo alimento é igual, e portanto, deve ter um tratamento diferenciado

(novamente, contrariando evidências científicas citadas anteriormente neste texto, que apontam os malefícios para a saúde causados pelo consumo de ultraprocessados). O presidente da ABIA, João Dornellas, participou de uma audiência pública na Câmara dos Deputados em maio de 2023 para debater sobre a tributação de alimentos³⁶⁰. Dornellas atacou a classificação Nova e pesquisas em saúde pública e levou informações falsas em relação às experiências internacionais de tributação³⁶¹.

Um dos desafios para o Brasil é monitorar e conter a atuação do *lobby* dessas corporações e mitigar os conflitos de interesse para equilibrar a relação de forças na discussão da reforma tributária e gerar mudanças nos sistemas alimentares. Membros do alto escalão do governo receberam representantes da indústria de alimentos, bebidas e supermercados em agendas oficiais quase cinco vezes mais do que associações da sociedade civil organizada durante as discussões da reforma tributária. Representantes da indústria de alimentos tiveram acesso privilegiado em 103 reuniões em gabinetes das principais autoridades do país - ministros, Presidência da República e lideranças parlamentares, como aponta o relatório do projeto “*Lobby da Comida*”, da organização de



A *Big Food* tem feito esforços para tentar convencer a sociedade e os legisladores de que todo alimento é igual, e portanto, deve ter um tratamento diferenciado, contrariando evidências científicas sobre os malefícios para a saúde causados pelo consumo de ultraprocessados.

jornalismo investigativo Fiquem Sabendo, lançado no final de 2023³⁶². O documento traz o histórico de agendas das autoridades do Executivo Federal durante o período em que a reforma tributária tramitou no Congresso, com nomes de agentes privados e de associações do setor. O nome de João Dornellas, presidente da ABIA, apareceu no registro de 60 reuniões; João Galassi, presidente da ABRAS, e Fátima D’Elia, consultora da Associação Brasileira da Indústria e Comércio de Ingredientes e Aditivos para Alimentos (ABIAM), aparecem em 17 registros cada um.

Não foi a primeira vez que a indústria interferiu em políticas públicas relacionadas à pauta tributária. Há um histórico de *lobby* das corporações de produtos alimentícios ultraprocessados na agenda regulatória do Brasil, como o movimento da *Big Soda* contra a tributação em 2016, após vir à tona na imprensa os benefícios fiscais concedidos a produtores de xaropes concentrados na ZFM em decorrência da aplicação de alíquotas reduzidas ou zeradas de vários tributos. Um relatório de 2016 da Receita Federal estimou em R\$ 3,8 bilhões os subsídios à indústria de refrigerantes na ZFM³⁶³. Os canais de jornalismo investigativo The Intercept e O Joio e o Trigo tiveram acesso a documentos internos da Receita Federal em que constam depoimentos realizados por testemunhas nos anos de 2017 e 2018. Neles, aparecem denúncias de superfaturamento de preços de produtos do sistema Coca-Cola e evasão fiscal³⁶⁴.

Atualmente, o governo concede uma série de subsídios e incentivos fiscais que barateiam e tornam mais acessíveis produtos que representam uma ameaça à saúde pública. Com a finalidade de reduzir o consumo de produtos nocivos à saúde e, consequentemente, prevenir as DCNT, a OMS recomenda o aumento da tributação de bebidas açucaradas em pelo me-

nos 20%, assim haveria um aumento do preço final desses produtos³⁶⁵.

Um estudo realizado pela Fundação Instituto Pesquisas Econômicas (FIPE) do Departamento de Economia da Faculdade de Administração, Economia e Contabilidade (FEA) da USP³⁶⁶ para entender como a tributação de bebidas ultraprocessadas funcionaria no Brasil identificou que o aumento de tributo gera aumento do preço final, e com isso promove a substituição do consumo para outras categorias de bebidas, como água, leite e suco natural. O estudo verificou que, pelo aumento do consumo de leite, cuja mão de obra é mais intensiva, o setor de pecuária e a região Nordeste seriam os maiores beneficiados com a adoção da medida. O estudo avaliou ainda os impactos na economia e no padrão de consumo de bebidas adoçadas, com três cenários referentes à tributação dessas bebidas, correspondentes às alíquotas de 20%, 35% e 50% de tributo do tipo Contribuição de Intervenção do Domínio Econômico (CIDE), que atua como instrumento de regulação do mercado em áreas específicas e admite a vinculação de recursos arrecadados para fundos, programas e ações específicos, garantindo benefícios à população. Em nenhum dos cenários a receita do tributo específico é inferior a R\$

4,7 bilhões de reais por ano. Um simulador interativo de impactos da tributação mostra que, com uma alíquota de 20%, haverá acréscimo na arrecadação de R\$ 2,43 bilhões, crescimento econômico, redução do consumo e geração de empregos. A arrecadação do tributo cresce conforme há aumento da alíquota e tem um nível ótimo de arrecadação de R\$ 7,10 bilhões por ano com a alíquota de 47,6%.

A ABIA intensificou a campanha “Se tem comida, tem valor”³⁶⁷ após a repercussão de um manifesto³⁶⁸ liderado por entidades da sociedade civil³⁶⁹ que pedia a distinção entre comida de verdade e ultraprocessados na reforma tributária. Esse manifesto, de março de 2024, solicita a inclusão do imposto seletivo³⁷⁰ sobre ultraprocessados na reforma tributária e foi apoiado por especialistas de diversas áreas, como o médico Drauzio Varella, os ex-ministros da saúde Arthur Chioro e José Gomes Temporão, o professor e pesquisador Carlos Monteiro, personalidades, pesquisadores, economistas, entidades científicas e a sociedade civil. Já a indústria conta com apoio de um ator importante, o agronegócio, que conseguiu influenciar e se beneficiar com a reforma tributária: os insumos agropecuários receberam 60%

de redução de novos tributos e, assim como os alimentos e produtos agropecuários, toda a cadeia já está desonerada e com impedimento de que sejam alvo do imposto seletivo.

O Governo Federal apresentou uma proposta de regulamentação da reforma tributária no Congresso Nacional para debater, negociar e aprovar uma versão final. A proposta coloca produtos de tabaco, bebidas alcoólicas e refrigerantes sob a incidência do imposto seletivo. Infelizmente, os demais ultraprocessados não foram incluídos no rol dos produtos alvo do seletivo. Entretanto, ainda há possibilidade de que esse cenário mude, especialmente graças à movimentação da sociedade civil, que tem demonstrado enfaticamente, a partir de evidências científicas e experiências em outros países, que a taxação desse tipo de produto é essencial para reduzir seu consumo e, conseqüentemente, os impactos que causam na saúde pública. As evidências mostram que a tributação é uma forma eficiente de reduzir o consumo desses produtos e de impulsionar a alimentação saudável alinhada às diretrizes estabelecidas pelo Guia Alimentar para a População Brasileira, documento referência que completou dez anos em 2024.

Taxonomia das Estratégias de Enquadramento



BONS ATORES: CORPORAÇÕES



Estratégia de enquadramento

A indústria é um ator econômico chave.

O argumento chave usado pela indústria sobre a tributação é que não deve existir diferenciação entre grupos de alimentos e que todos devem receber desoneração. Se houver uma tributação maior sobre qualquer tipo de produto alimentício, a fome no Brasil poderia ser agravada, pois isso afetaria a renda dos mais pobres.

A indústria é um ator legítimo na produção científica.

A *Big Food* tem feito esforços para tentar mostrar que todo alimento é igual, e portanto, deve ter um tratamento diferenciado.

Em audiência pública, João Dornellas, presidente da ABIA, questionou a validade científica da classificação Nova de alimentos, afirmando que o processamento não altera a qualidade nutricional de um alimento e permite o prolongamento da vida de prateleira desses produtos, propiciando segurança higiênica e sanitária.

As corporações são socialmente responsáveis.

A indústria de ultraprocessados defende que a tributação tem que ser a mesma para todos os tipos de alimentos (*in natura*, minimamente processados, processados e ultraprocessados), utilizando a ameaça à SAN como principal justificativa.

A ABIA afirma que a tributação de ultraprocessados é uma medida extrema, que quer minar o direito de escolha do consumidor e que vai tirar a comida do prato dos brasileiros que já se encontram em situação de insegurança alimentar.



O PROBLEMA “TRIVIAL” E “INDIVIDUAL”: CRIADO POR UMA MINORIA DE CONSUMIDORES.



Estratégia de enquadramento

Prejuízos à saúde surgem dos padrões de consumo de minorias.

O *lobby* da indústria sobre o governo e o Congresso Nacional é baseado no argumento de que a alimentação não influencia na obesidade tanto quanto o sedentarismo e a renda, por exemplo.



A SOLUÇÃO ACEITÁVEL E “BOA”: FOCADA NO INDIVÍDUO, APOIADA PELAS CORPORAÇÕES.



Estratégia de enquadramento

As soluções devem visar os indivíduos, não populações inteiras.

Partindo do argumento da indústria de que a obesidade está mais relacionada a fatores individuais como genética, exercício físico e renda, o foco deve ser nas mudanças de hábitos individuais e na educação nutricional. As pessoas têm o direito de escolher o que vão comer, sem que o Estado interfira com ações como a tributação de alguns alimentos.



A SOLUÇÃO INACEITÁVEL, “RUIM”: POPULAÇÃO INTEIRA, ESTATUTÁRIA.



Estratégia de enquadramento

As políticas resultarão em perdas para as empresas, economia e sociedade.

João Galassi, presidente da ABRAS, se reuniu com o vice-presidente Geraldo Alckmin em abril de 2023 para levar o pedido de tratamento diferenciado na tributação de alimentos que compõem a cesta básica. Em julho, apresentou ao Ministro da Fazenda, Fernando Haddad, um relatório que ressaltava que a cesta básica poderia sofrer uma alta de imposto de cerca de 60%.

Algumas estratégias identificadas³⁷¹



ACESSAR E INFLUENCIAR A FORMULAÇÃO DE POLÍTICAS



Estratégias e mecanismos

Com o apoio da Frente Parlamentar do Empreendedorismo, as corporações elaboraram uma minuta para conter os efeitos do imposto seletivo que sugere ao Governo Federal que exista uma lei específica para cada tipo de ultraprocessado.³⁷²

Uma investigação mostrou que a indústria de alimentos foi recebida por órgãos e membros do Executivo, ao menos 103 vezes ao longo do período de debate da reforma tributária.³⁷³

João Galassi, presidente da ABRAS, se reuniu com o vice-presidente Geraldo Alckmin em abril de 2023 para levar o pedido de tratamento diferenciado na tributação de alimentos básicos. Em junho, a ABRAS apresentou ao ministro da Fazenda, Fernando Haddad, um relatório que ressaltava que a cesta básica poderia sofrer uma alta de imposto de cerca de 60%.



MOLDAR EVIDÊNCIAS PARA CRIAR DÚVIDAS



Estratégias e mecanismos

O presidente da ABIA, João Dornellas, utilizou o estudo da FGV em uma audiência pública, cujos resultados mostram que a tributação de bebidas açucaradas não é uma política eficiente.³⁷⁴



FABRICAR APOIO PÚBLICO PARA POSIÇÕES CORPORATIVAS



Estratégias e mecanismos

A ABIA, a ABIR, a ABICAB e a ABIMAPI se uniram e criaram a campanha “Carrinho Livre: por uma reforma tributária que respeite a sua liberdade de escolha”, em outubro de 2023.³⁷⁵

A ABIA lançou o website da campanha “Tem comida, tem valor”, onde traz argumentos contra a tributação de ultraprocessados, pregando que toda comida tem valor e que nenhum tipo de alimento deve ser tributado.³⁷⁶

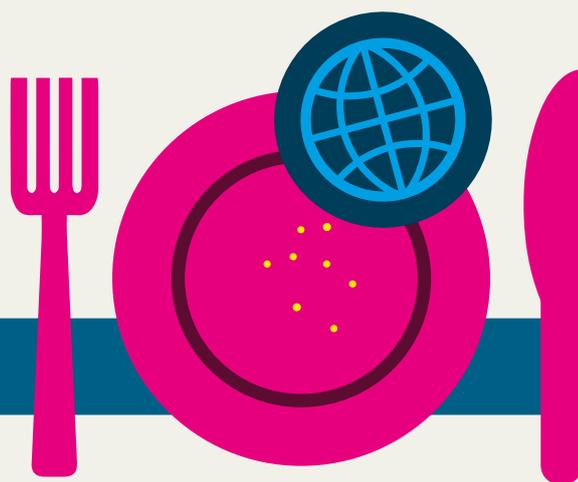


DESLOCAR E USURPAR A SAÚDE PÚBLICA



Estratégias e mecanismos

A ABIA afirma que a tributação de ultraprocessados é uma medida extrema, que quer minar o direito de escolha do consumidor e que vai tirar a comida do prato dos brasileiros que já se encontram em situação de insegurança alimentar.³⁷⁷



5.8 **SCALING UP NUTRITION: OS CONFLITOS DE INTERESSE DAS PARCERIAS PÚBLICO-PRIVADAS NA LUTA CONTRA A MÁ NUTRIÇÃO**

Amá nutrição é um dos problemas de saúde mais graves do mundo e está relacionada a questões como pobreza, desigualdade social, acesso desigual aos recursos e distribuição inadequada de alimentos. Os custos à saúde humana causados pela má nutrição são muitos, especialmente para as crianças, pois as consequências podem ser observadas até a vida adulta.

Os principais problemas para a saúde pública causados pela má nutrição são a baixa estatura e a magreza, e, especialmente nos países de baixa renda, cerca de 4,7% das crianças são afetadas simultaneamente pelos dois problemas, o que contribui para um aumento de 4,8 vezes na mortalidade³⁷⁸. Há, também, um impacto relevante na economia, pois as consequências de uma população desnutrida é a perda da produtividade estimada em mais de 10% dos ganhos ao longo da vida para os indivíduos, e as perdas para o PIB podem chegar a 2-3%³⁷⁹.

A má nutrição é consequência de problemas estruturantes, como desigualdade social, pobreza e colonialismo, e deve ser tratada como tal, com o estabelecimento de políticas públicas de alimentação e nutrição e de distribuição de renda.

Existem diversas iniciativas ao redor do mundo para lidar com a questão da má nutrição, muitas delas focadas na ajuda humanitária com fornecimento de alimentos e de suplementos, na tentativa de minimizar suas consequências imediatas. Entretanto, a má nutrição é consequência de problemas estruturantes, como desigualdade social, pobreza e colonialismo, e deve ser tratada como tal, com o esta-

belecimento de políticas

públicas que facilitem o acesso a alimentos nutricionais e culturalmente adequados e políticas de distribuição de renda e de incentivo à produção local, entre outras.

Entre as iniciativas globais de combate à má nutrição está o movimento *Scaling Up Nutrition* (SUN), lançado em 2010 pelo então Secretário-Geral das Nações Unidas, Ban Ki-moon, com o objetivo de acabar com todas as formas de má nutrição. O SUN adota uma abordagem multisetorial, pois parte do princípio de que a má nutrição é um problema comple-

xo e com várias causas. Assim, é necessário envolver diferentes setores como saúde, agricultura, educação, água e saneamento, para implementar estratégias integradas. Participam do movimento mais de 4.000 associações da sociedade civil, cerca de 1.400 empresas, cinco agências da ONU, doadores internacionais e fundações e, atualmente, 66 países e quatro Estados Indianos³⁸⁰. A estratégia do SUN 3.0 (2021-2025) destaca a importância da nutrição como uma agenda universal e fundamental para alcançar os ODS da ONU (Objetivo 2, Meta 2.2: acabar com todas as formas de má nutrição até 2030)³⁸¹.

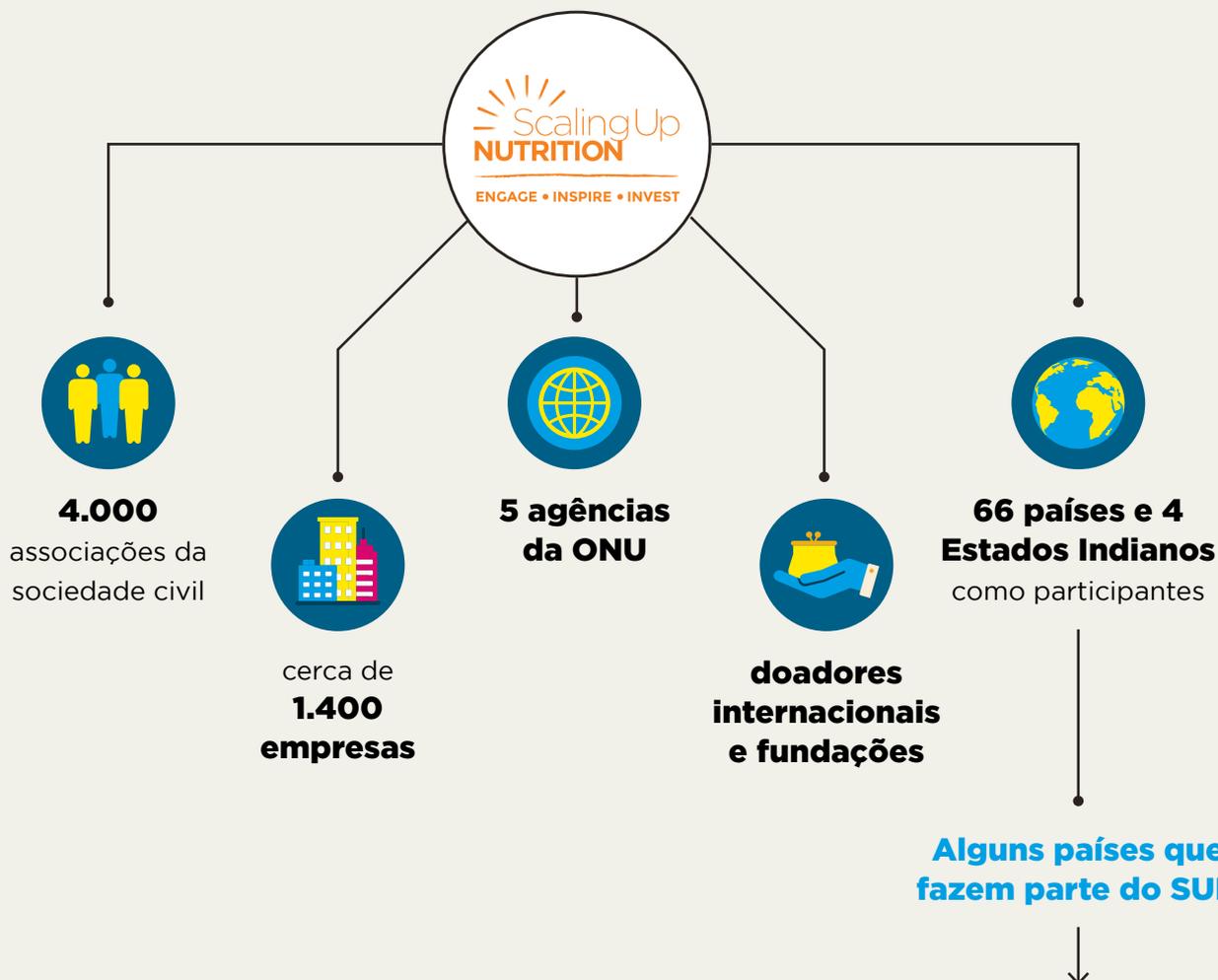
Embora o SUN tenha conseguido dar muita visibilidade ao tema da má nutrição, o movimento enfrenta muitas críticas, especialmente por “conceder muito poder à indústria alimentícia, promover intervenções nutricionais baseadas no mercado e por uma fraca responsabilização perante as comunidades afetadas”³⁸². A iniciativa conta com o envolvimento de diversos grupos de interesse, especialmente de parcerias público-privadas.

Para entender a importância desse tipo de relacionamento dentro do movimento, é necessário compreender a estrutura do SUN, que mobiliza recursos de diferentes setores. Existe um Sistema Global de Apoio

ao SUN (*Global Support System - GSS*), formado por quatro redes e pelo Secretariado Global do Movimento SUN (*SUN Movement Secretariat - SMS*). Essas redes foram criadas para apoiar os diferentes setores que fazem parte do movimento globalmente, como transnacionais, ONG, institutos de pesquisa e outras organizações da sociedade civil que contribuem com o SUN.

Os países membros não recebem repasses de recursos financeiros, embora possam receber alguma assistência financeira de doadores não estatais por meio de um Fundo Comum (*Pooled Fund*)³⁸³. Porém, não é fácil conseguir informações sobre como esse Fundo funciona ou como os repasses acontecem, o que evidencia falta de transparência do programa. Entretanto, o *website* oficial informa que a principal forma de apoio acontece por meio do desenvolvimento de capacidades técnicas em temas como estabelecimento de rede multisetorial, desenvolvimento de plano nacional de nutrição, avaliação de custos para o desenvolvimento de um plano de nutrição, criação de uma rede do setor privado, captação de recursos e desenvolvimento de sistemas de monitoramento e avaliação, entre outros. Em 2020, o Fundo Comum arrecadou cerca de 18,5 milhões de dólares e, segundo informações do *website* oficial, 65

O MOVIMENTO SUN É FORMADO POR:



África Oriental e Meridional

Botsuana
Lesoto
Ruanda
Somália

Ásia Ocidental e Central

Iémen
Rep. do Quirguizistão
Tadjiquistão

América Latina e Caribe

Costa Rica
El Salvador
Guatemala
Haiti

Sul e Sudeste da Ásia e Pacífico

Afeganistão
Bangladesh
Indonésia
Nepal

Oeste e África Central

Congo
Guiné
Mali
Nigéria



SISTEMA GLOBAL DE APOIO AO SUN (GLOBAL SUPPORT SYSTEM - GSS)

Secretariado Global do Movimento SUN (SUN Movement Secretariat - SMS)



REDE DE DOADORES DO SUN (SUN DONOR NETWORK - SDN)

Serve como espaço para que os doadores participem da implementação e do monitoramento das ações nos países integrantes.



REDE DE NEGÓCIOS DO SUN (SUN BUSINESS NETWORK - SBN)

Responsável pelas empresas multinacionais que apoiam o movimento, inclusive gigantes da indústria de alimentos como a Unilever, a Mars e a Kellogg's.



REDE DA SOCIEDADE DO SUN (SUN CIVIL SOCIETY NETWORK - CSN)

Responsável pelas ONG, institutos de pesquisa e outras organizações da sociedade civil que contribuem com o SUN.



NAÇÕES UNIDAS- NUTRIÇÃO (UN- NUTRITION - UNN)

Um mecanismo interagências que funciona como rede de apoio da ONU para o SUN.

organizações em 44 países receberam subvenções destinadas a, entre outras coisas, “permitir que estas organizações unam forças, aproveitando os pontos fortes umas das outras, para alcançar objetivos e metas nacionais comuns, a fim de garantir que nenhuma comunidade fique subnutrida ou para trás”³⁸⁴, embora não explique de que maneira isso se deu.

Apesar da chancela da ONU, o Movimento tem sido alvo de críticas, especialmente por conflitos de interesse, pois recebe financiamento de transnacionais da indústria de alimentos, como a Pepsico, a Cargill e a Nutriset, entre outras, e de fundações como a Bill e Melinda Gates, que também financia pesquisas sobre novas sementes, agrotóxicos e insumos agrícolas, na contramão da promoção da autonomia dos países em desenvolver estratégias e políticas que possam combater de maneira estrutural o problema da má nutrição, considerando suas próprias especificidades e potencialidades. A influência significativa de doadores e empresas privadas, especialmente da indústria de alimentos, pode comprometer a soberania alimentar e os interesses dos países membros. Além disso, falta clareza sobre formas de implementação das estratégias e ações do SUN nos países participantes e sobre a atuação do setor privado na elaboração das políticas

e de como isso impacta os países e Estados participantes.

Existem posicionamentos públicos contrários ao SUN tanto na América Latina e Caribe³⁸⁵ quanto em países como a Índia. Em documento publicado na internet, ativistas da sociedade civil expõem os conflitos de interesse como principal preocupação sobre o movimento. Embora o SUN se autodenomine um movimento liderado pelos países, recebe dinheiro de grandes transnacionais de alimentos. O texto traz referências sobre os eventuais motivos para o Brasil não aderir a iniciativas contra a fome como o SUN, dentre eles a participação do setor empresarial nos processos de tomada de decisão e na gestão e implementação de estratégias e políticas tanto internacionais quanto nacionais³⁸⁶.

Os conflitos de interesse são claramente um dos pontos mais críticos do SUN. Embora exista, em teoria, uma diretriz interna para lidar com a questão, ela não está atualizada no *website* oficial do movimento, o que levanta dúvidas sobre sua transparência. Existe um óbvio conflito entre os objetivos da indústria, como a maximização de lucros, com a saúde pública, que tem como fundamento melhorar não apenas a nutrição, mas as condições de saúde da população, mantendo a autonomia e soberania dos países.

A indústria de alimentos, apoiando-se no desenvolvimento científico e tecnológico, teve um papel fundamental na formatação da compreensão da desnutrição em países em desenvolvimento como sendo um problema de falta de nutrientes e, por isso, exigiria soluções baseadas no mercado como a distribuição de suplementos e alimentos fortificados³⁸⁷. Isso pode favorecer a ênfase em soluções técnicas em detrimento das estruturais subjacentes à desnutrição, como a pobreza e a falta de acesso a alimentos e à terra. Comprometeria, portanto, a capacidade do SUN de implementar estratégias eficazes e equitativas em detrimento dos interesses comerciais das indústrias e de doadores do movimento. Como exemplo, grande parte das intervenções recomendadas pelo SUN envolvem produtos fortificados e suplementos de algum tipo, a partir de diretrizes baseadas na publicação do Lancet sobre Desnutrição Materna e Infantil de 2008³⁸⁸, revisada em 2013, que foi financiada pela Fundação Bill e Melinda Gates³⁸⁹, um dos financiadores do SUN.

Existe um óbvio conflito entre os objetivos da indústria com a saúde pública, que tem como fundamento melhorar a nutrição e as condições de saúde da população, mantendo a autonomia e soberania dos países.

Outra área que também recebe financiamentos da Fundação Bill e Melinda Gates é a agricultura, especialmente para pesquisas sobre novas sementes, agrotóxicos e insumos agrícolas, e muitos dos países integrantes do SUN, especialmente os africanos, têm a agricultura como base econômica³⁹⁰, revelando-se um potencial mercado para essas novas tecnologias. A Revolução Verde, que teve início na década de 1960, “resultou em um novo modelo tecnológico de produção agrícola que implicou na criação e no desenvolvimento de novas atividades de produção de insumos (químicos, mecânicos e biológicos) ligados à agricultura”³⁹¹. Entre os argumentos para a sua propagação estavam o aumento da produtividade e a erradicação da fome no mundo. Mas esse modelo se mostrou não apenas inviável, já no final da década de 1980, por problemas como o esgotamento dos solos devido ao sistema de produção intensiva, como também perigoso para o meio ambiente e para a saúde humana, pelo uso de fertilizantes e agrotóxicos. Assim, cada vez mais países, especialmente do Norte Glo-

Apesar da chancela da ONU, o Movimento tem sido alvo de críticas, **especialmente por Col,** pois recebe financiamento de transnacionais da indústria de alimentos:



BILL & MELINDA
GATES foundation

- ▶ A influência significativa de **doadores e empresas privadas**, especialmente da indústria de alimentos, pode comprometer a soberania alimentar e os interesses dos países membros.



- ▶ **Falta clareza** sobre formas de implementação das estratégias e ações do SUN nos países participantes e sobre a atuação do setor privado na elaboração das políticas e de como isso impacta os países e Estados participantes



Também financia pesquisas sobre novas **sementes, agrotóxicos e insumos agrícolas**, na contramão da promoção da autonomia dos países em desenvolver estratégias e políticas que possam combater de maneira estrutural o problema da má nutrição, considerando suas próprias especificidades e potencialidades.



bal, limitam ou mesmo proíbem o uso desses produtos químicos na sua agricultura e investem em novos modelos de cultivo, especialmente os orgânicos e sustentáveis. Isso acaba direcionando as grandes corporações produtoras desses insumos agrícolas (como a Cargill, outra empresa membro do SUN) a investir em novos mercados, especialmente aqueles baseados na agricultura intensiva, como países do Sul Global.

Outra preocupação em relação às possíveis consequências do SUN aos países membros envolve a abertura de novos mercados e a promoção de ultraprocessados para populações em situação de vulnerabilidade. As principais transnacionais de alimentos fazem parte da rede de membros e, portanto, podem aproveitar esse acesso para promover seus produtos alimentícios ultraprocessados, fundamentalmente contradizendo os princípios norteadores da saúde pública e, conseqüentemente, agravando os problemas decorrentes da má nutrição, especialmente em relação ao aumento da incidência de DCNT.

Outro ponto a se observar é sobre a limitação da participação da sociedade civil de interesse público na formulação e na implementação das estratégias do SUN e como isso se daria frente aos interesses econômicos de doadores e da indús-

tria. Devido à própria estrutura do SUN, esses grupos têm duas redes de apoio (a SBN e SDN), enquanto a sociedade civil tem apenas uma (a CSN). Assim, é lógico pensar que uma rede organizada com interesses e demandas semelhantes como a indústria de alimentos consiga impor suas agendas e prioridades, especialmente pelo “peso” de serem doadores e participarem, inclusive, nos conselhos de governança do SUN. Portanto, seriam capazes de exercer uma influência desproporcional nas decisões estratégicas sobre os interesses da sociedade civil, formada por grupos dispersos e sem investimento financeiro no movimento como ONG, institutos de pesquisa e ativistas, demonstrando uma clara assimetria de poder. Embora o SUN não tenha autoridade para impor conformidade com políticas ou práticas, os membros das estruturas de liderança representam atores não estatais econômica e politicamente poderosos, dos quais os países membros dependem.

Os debates sobre esses conflitos estão associados a preocupações de que o SUN não daria tanta importância às questões estruturais em relação à má nutrição como justiça social, acesso a alimentos e distribuição de renda para investir em soluções técnicas rápidas para abordar o problema, muitas vezes focando

apenas em indicadores de fácil monitoramento, como taxas de desnutrição infantil, para medir o sucesso das intervenções propostas. A própria existência do SUN se justifica como alternativa de organização de respostas emergenciais à má nutrição, apesar de se propor a apoiar os países participantes no desenvolvimento de suas capacidades técnicas com financiamento do Fundo Comum, como dito anteriormente.

Iniciativas como o SUN possuem potencial de concentrar atenção e dar visibilidade à agenda da má nutrição. Essa força deveria ser explorada de

forma mais adequada pelas Nações Unidas em espaços multilaterais legítimos com claras regras de engajamento, sem ameaçar a soberania dos países que poderiam se beneficiar de cooperação técnica e recursos financeiros de maneira ética e transparente. Apesar de, em teoria, o SUN já ter diretrizes internas para lidar com conflito de interesse³⁹², elas são confusas e estão desatualizadas (no *website* oficial os documentos mais recentes sobre o tema são de 2015), além de mecanismos claros de avaliação e monitoramento e de prestação de contas.



BONS ATORES: CORPORAÇÕES



Estratégia de enquadramento

A indústria é um ator legítimo na produção científica.

A indústria de alimentos teve papel fundamental na formatação da compreensão da desnutrição em países em desenvolvimento como sendo um problema de falta de nutrientes, o que exigiria soluções baseadas no mercado (criação e distribuição de suplementos e alimentos fortificados).

A indústria é um ator legítimo nas formulações de políticas.

Corporações da indústria de alimentos como a Pepsico, a Cargill e a Nutriset, entre outras, e fundações como a Bill e Melinda Gates participam da formulação de estratégias do SUN e de financiamento do programa.

As corporações são socialmente responsáveis.

A indústria participa e investe no movimento SUN com o objetivo de contribuir com o fim da má nutrição.

Taxonomia das estratégias de ação



ACESSAR E INFLUENCIAR A FORMULAÇÃO DE POLÍTICAS



Estratégias e mecanismos

O SUN participou de eventos³⁹⁴ importantes, como:

O SUN fornece treinamentos específicos como desenvolvimento de plano nacional de nutrição para os países membros.³⁹⁵

O movimento realiza periodicamente o *SUN Global Gathering*, para reunir os pontos focais governamentais e os membros das suas plataformas multissetoriais e permitir interação e trocas de conhecimento.

Outubro/2023

Committee on World Food Security (CFS): 51st Session

Novembro - dezembro/2023

United Nations Climate Change Conference (COP 28) em Dubai

Janeiro/2024

Nutrition for Growth Workshop, com o governo de Côte d'Ivoire

Janeiro/2024

The African Union Summit High-Level Nutrition Side Event



FABRICAR APOIO PÚBLICO PARA POSIÇÕES CORPORATIVAS



Estratégias e mecanismos

O SUN aceita como participantes empresas multinacionais de diversos setores, incluindo alimentação, recebendo, inclusive, financiamento dessas empresas. Também participam do movimento instituições filantrópicas como Bill e Melinda Gates, que também financia pesquisas sobre novas sementes, agrotóxicos e insumos agrícolas.³⁹⁶



DESLOCAR E USURPAR A SAÚDE PÚBLICA



Estratégias e mecanismos

O SUN investe em soluções técnicas rápidas, muitas vezes focando apenas em indicadores de fácil monitoramento, como taxas de desnutrição infantil, para medir o sucesso das intervenções propostas³⁹⁷, em detrimento das questões estruturais subjacentes à desnutrição, como a pobreza e a falta de acesso a alimentos e à terra.

O movimento financia, com o Fundo Comum, o que chama de “desenvolvimento de capacidades técnicas” dos países integrantes, ajudando na criação de plano nacional de nutrição, por exemplo³⁹⁸. Porém, não é fácil conseguir informações sobre como esse fundo funciona ou como os repasses acontecem, o que evidencia falta de transparência do programa.



GERENCIAR REPUTAÇÕES EM BENEFÍCIO CORPORATIVO

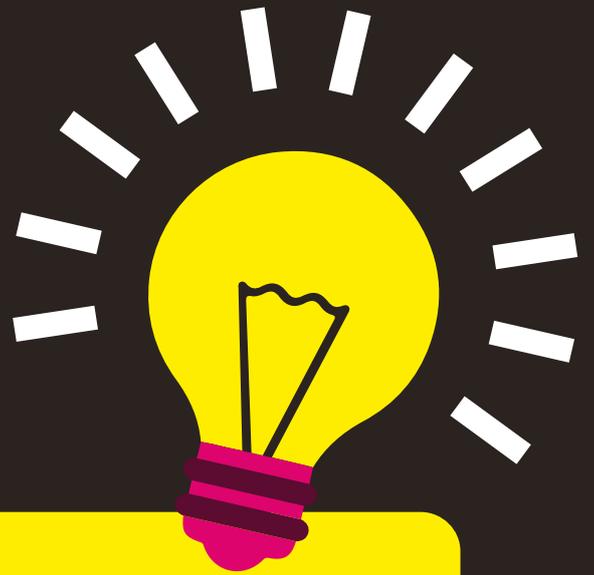


Estratégias e mecanismos

O SUN atua diretamente na elaboração de políticas e programas de nutrição nos países membros a partir de treinamentos oferecidos, como desenvolvimento de capacidades técnicas como estabelecimento de rede multissetorial, desenvolvimento de plano nacional de nutrição, custo de um plano de nutrição, criação de uma rede do setor privado (levando em consideração que no movimento há a participação de corporações de alimentos, é questionável de que forma isso acontece, já que não há transparência sobre a forma de participação e financiamento dessas corporações e de que forma elas atuam no países membros), captação de recursos (novamente, não há informações detalhadas sobre isso e se há relação com as corporações integrantes do SUN) e desenvolvimento de sistemas de monitoramento e avaliação. São evidenciadas questões técnicas ao invés do fortalecimento da cultura alimentar local e de outras estratégias que auxiliem em mudanças estruturais subjacentes à desnutrição, como a pobreza e a falta de acesso a alimentos e à terra.

O movimento não repassa recursos financeiros aos países, embora possa fornecer assistência financeira de doadores não estatais por meio de um Fundo Comum (*Pooled Fund*).³⁹⁹ Porém, não é fácil conseguir informações sobre como esse fundo funciona ou como os repasses acontecem, o que evidencia falta de transparência do programa.

O SUN é um programa que utiliza a chancela da ONU (foi lançado pelo Secretário-Geral das Nações Unidas em 2010), mas tem parcerias com governos dos países participantes, de empresas multinacionais, ONG e fundações filantrópicas.⁴⁰⁰



6.

**REFLEXÕES
E ANÁLISES**

...

Neste documento são apresentados casos emblemáticos que, mesmo com temáticas diversas, mostram objetivos comuns às grandes corporações: impedir a criação de regulações e de ferramentas de controle que possam gerar sanções e atrapalhar seus ganhos financeiros. Por mais que essas transnacionais utilizem as mesmas estratégias há décadas, é notável o quanto elas ficam cada vez mais sofisticadas e se adaptam às novas demandas da sociedade. É difícil delimitar as fronteiras de atuação da *Big Food*, da *Big Soda* e do *Big Agro*, pois muitas vezes são difusas e se moldam às necessidades locais, utilizando argumentos e estratégias mundiais.

Essas corporações se aproveitam de sua influência política tanto em âmbito local, como no caso do PL nº 1662/2019, com incidência em vereadores da cidade do Rio de Janeiro, quanto no âmbito nacional, com incidência em senadores e na própria AGU, como observado no caso da RDC nº 24/2010, mas vão além: têm a capacidade de se infiltrar em instituições de atuação global, como a ONU, por exemplo. Dessa forma, participam estrategicamente da elaboração de normas, tratados e planos de ação com impactos sociais, ambientais e econômicos em todo o

mundo (como, por exemplo, o Tratado Global contra a Poluição Plástica e o movimento SUN). Chega a ser irônico que a *Big Food*, a *Big Soda* e o *Big Agro*, causadores dos maiores problemas ambientais (como a poluição por plásticos, uso de produtos químicos e agrotóxicos, monocultura, desmatamento etc.) e de saúde (como as DCNT, a obesidade e a má nutrição) participem da elaboração de estratégias para a solução desses mesmos problemas.

A preferência pela autorregulação fica clara nos casos do ESG, da RDC nº 24/2010, do Tratado de Plásticos e do PL nº 1.662/2019, em que as corporações tentam definir suas próprias regras de atuação, interferindo direta e indiretamente na criação de normas e sugerindo estratégias mais convenientes para os seus negócios. No caso do ESG, por exemplo, as corporações estabelecem critérios e métricas de implementação e avaliação que sejam mais adequados aos seus negócios para ganhar visibilidade, aceitação pública e valorização no mercado. Sempre, claro, sem qualquer regulação externa ou prova de que suas ações tenham efeitos práticos para a sociedade e para o meio ambiente. Podemos esperar que, mais do que soluções, essas corporações preocupem-se em evitar perdas financeiras

ras e advoguem por seus interesses econômicos frente às questões de interesses sociais e ambientais que, para serem solucionadas, inevitavelmente afetariam negativamente os seus negócios.

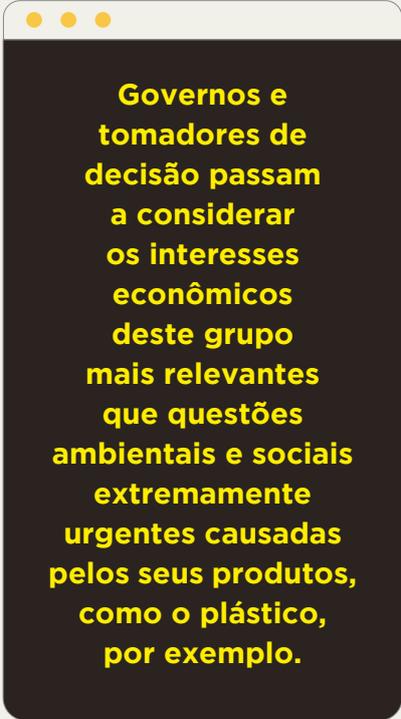
Neste documento destaca-se, assim como na primeira versão do Dossiê, a ação em coalizão, ou seja, a união de representantes da *Big Food*, da *Big Soda* e do *Big Agro* para a defesa de interesses comuns por meio de suas associações representativas. Aqui, mais uma vez, a ABIA, a maior associação de alimentos e bebidas do Brasil, mostra a sua influência na formulação de políticas públicas de alimentação e nutrição, em alguns casos unindo-se a representantes de outros setores, como o CONAR, para exercer influência sobre

atores políticos. O caso da RDC nº 24/2010 exemplifica a forma como as associações podem agir em conjunto, definindo estratégias em diferentes áreas, seja orquestrando ações judiciais contrárias à norma em diferentes estados do país, seja acionando órgãos, como a AGU, para questionar a validade da norma

ou realizando *lobby* com atores do governo para tentar impedir a publicação do regulamento.

E a coalizão acontece não apenas entre associações de um mesmo setor, mas também entre diferentes setores de uma mesma cadeia de produção e distribuição. A união de forças econômicas é capaz de incidir com mais influência em gover-

nos e tomadores de decisão, que passam a considerar os interesses econômicos deste grupo mais relevantes que questões ambientais e sociais extremamente urgentes causadas pelos seus produtos, como o plástico, por exemplo, um dos maiores poluidores ambientais da atualidade. Esses grupos são capazes de tirar vantagens dessas situações, seja criando produtos ou se aproveitando de governos frágeis para expandir seus mercados (como no caso do SUN). Dessa maneira, conseguem evitar tributações, sanções e ainda aumentam seu alcance e, com o desenvolvimento de novos produtos e com novos parceiros para investimentos, alcançam diferentes nichos e lucram cada vez



Governos e tomadores de decisão passam a considerar os interesses econômicos deste grupo mais relevantes que questões ambientais e sociais extremamente urgentes causadas pelos seus produtos, como o plástico, por exemplo.

mais (nos casos da reforma tributária e dos produtos *plant-based*). Essa proximidade com governos e atores públicos proporciona diversas vantagens às corporações, inclusive a possibilidade de usar o espaço público como ferramenta de publicidade, criando familiaridade, gerando identificação com produtos e marcas e apropriando-se dos espaços e memórias, o que resulta no aumento das vendas e do lucro (como por exemplo, o caso do *naming rights*).

É importante destacar, porém, que não são todos os assuntos que suscitam a concordância e a solidariedade entre as corporações de diferentes setores. Como apresentado no caso dos *plant-based*, percebemos que a *Big Food* e o *Big Agro* não estão de acordo em muitos pontos, principalmente porque o surgimento de um mercado consumidor para produtos *plant-based* e interessado em carne desenvolvida em laboratório pode representar um risco ao mercado tradicional de produtos de origem animal. Algumas questões que causam discordâncias entre os setores são a regulamentação de produtos vegetais análogos aos produtos de origem animal como sua composição, a tabela de informação nutricional e a nomenclatura.

A respeito do desenvolvimento desses produtos, o que chama atenção

é o surgimento de novos *players*: atores do mercado financeiro e de tecnologia investindo em produtos desenvolvidos por *foodtechs* e *startups*. Isso permite o surgimento e a expansão rápida de novas marcas que, em pouco tempo, são compradas e incorporadas pelas grandes transnacionais, sejam da *Big Food* ou do *Big Agro*. Este último, mesmo que tenha discordância com diversas questões sobre o tema *plant-based*, também investe em produtos do nicho e em pesquisas de novas tecnologias de alimentos, já que seu objetivo final é obter ganhos financeiros.

Por fim, neste documento também pode ser observada uma repetição de argumentos que aparecem na primeira versão do Dossiê para a defesa dos interesses das corporações. Isso demonstra que seu uso é estratégico tanto para a criação de um ambiente favorável aos seus negócios quanto para subsidiar o desenvolvimento de pesquisas que sejam capazes de reforçá-los, para que sejam repetidos à exaustão e tomados como verdade pelo público. Como exemplo, no caso da reforma tributária, a *Big Food*, a *Big Soda* e o *Big Agro* tentam evitar a tributação de seus produtos usando como argumentos a defesa da liberdade de escolha do consumidor, a culpabilização individual e o sedentarismo

como principal causa da epidemia da obesidade. Também utilizam a divulgação de pesquisas com metodologia questionável e financiamento desconhecido para questionar informações baseadas em evidências, além de ressaltar a industrialização de alimentos como fundamental para a garantia da segurança sanitária e alimentar e nutricional aos consumidores a despeito de todos os malefícios dos ultraprocessados à saúde já evidenciados em diversos estudos, muitos deles referenciados neste documento.

Ao sistematizar e apresentar os casos neste Dossiê, é possível identificar as principais ações estratégicas e mecanismos utilizados pelas corporações transnacionais para defender seus interesses políticos e econômicos. Muitas se repetem em diferentes casos e são adaptadas às condições locais e a interesses específicos, mas sempre por meio da influência política, com interesse de moldar a percepção pública e manter seus objetivos econômicos.

A ação estratégica identificada em todos os casos deste Dossiê foi “criar apoio público para posições corporativas”, enquanto o “acesso e influência na formulação de políticas” aparece em sete dos oito ca-

sos, o que comprova a preocupação da *Big Food*, da *Big Soda* e do *Big Agro* de marcar presença e participar dos espaços regulatórios que deveriam estabelecer limites para sua atuação. Outra estratégia bastante identificada e que se repete em seis dos oito casos é “deslocar e usurpar a saúde pública”, que é autoexplicativa e se relaciona com o objetivo deste Dossiê, de mostrar como as corporações interferem em políticas públicas de alimentação e nutrição. Já “moldar evidências para criar dúvidas” aparece em cinco dos oito casos, e significa criar e divulgar informações que beneficiem os interesses das corporações a partir de estudos financiados e com claro Col, por exemplo, ou baseados em informações cientificamente equivocadas para justificar suas atividades econômicas. Em metade dos casos aparece “gerenciar reputações em benefício corporativo”, que mostra o quanto essas transnacionais se preocupam com sua reputação diante do público. E a ação estratégica que menos apareceu nos casos deste documento, identificada em apenas um deles, foi “usar a lei para obstruir políticas”, pois mostra-se uma estratégia adotada em momentos mais sensíveis e urgentes, quando as outras não surtiram o efeito desejado.

6.1.

ADVOCACY E REGULAÇÃO: UMA LUZ NO FIM DO TÚNEL



Os casos apresentados neste documento podem suscitar sentimentos pessimistas frente aos enormes desafios de saúde pública e planetária, resultantes das interferências das corporações na elaboração de políticas públicas e tratados internacionais. Porém, cabe destacar que a participação das organizações da sociedade civil de interesse público é fundamental para contribuir com o desenvolvimento de ferramentas que auxiliem na identificação de Col e APC e ajudem governos e organismos internacionais a serem transparentes na adoção de políticas, normas e tratados que priorizem a saúde das populações e a sustentabilidade ambiental. Tal vigilância mostra-se necessária frente à enorme capilaridade política e econômica da *Big Food*, da *Big Soda* e do *Big Agro*, como vimos neste documento, que inclui casos com atuações locais, nacionais e internacionais, por meio de estratégias usadas para influenciar direta e indiretamente políticas que priorizem o lucro em detrimento da saúde pública e do meio ambiente.

Na tentativa de melhorar algumas ferramentas já existentes, a OPAS realizou adaptações no roteiro desenvolvido em 2022⁴⁰¹ com o objetivo de auxiliar na identificação, na prevenção e no gerenciamento de potenciais Col em interações com atores não estatais, no desenvolvimento

de programas e políticas de alimentação e nutrição. Este documento citado no primeiro Dossiê faz uma contextualização sobre o assunto e traz uma ferramenta de triagem, com o objetivo de auxiliar na tomada de decisão por parte de gestores públicos, e ressalta a importância de estudos de caso na identificação de Col. A ferramenta de triagem consiste em uma análise do ator externo (objetivos relacionados à saúde pública e ao desenvolvimento sustentável; compatibilidade dos produtos e serviços com recomendações de nutrição em saúde pública; compatibilidade de políticas e práticas com os objetivos de saúde pública; financiamento de organizações cujas atividades são incompatíveis com os objetivos em saúde pública); perfil da interação (quem lidera; compatibilidade com prioridades de saúde pública; respeita a governança; oferece benefício à saúde pública; quais são as medidas tomadas em relação à transparência, monitoramento e prestação de contas); e avaliação de riscos e benefícios (ameaça à reputação, independência e integridade do órgão; e impactos sobre a saúde e a nutrição).

No Brasil, a nota técnica “Identificação e Prevenção de Conflito de Interesses do Programa Nacional de Alimentação Escolar (PNAE)”⁴⁰², lançada pelo Fundo Nacional de Desenvolvimento da Educação (FNDE)

em julho de 2023, é outro exemplo importante de iniciativas do tipo. Como mostrado na primeira versão do Dossiê, o PNAE é uma das políticas públicas mais suscetíveis a interesses e *lobby* da *Big Food*, da *Big Soda* e do *Big Agro*. Por isso, ferramentas para a prevenção de Col e APC são fundamentais e são acompanhadas de perto pela sociedade civil. Com o intuito de garantir uma execução quali-

ficada do Programa, a nota técnica apresenta uma série de definições específicas de situações que podem ser enquadradas como Col, seguida de recomendações para que os profissionais garantam a proteção do ambiente escolar em relação a ações e doações de alimentos prejudiciais à saúde, e da influência de corporações que podem obter vantagens indevidas.

Uma portaria do Ministério do Desenvolvimento e Assistência Social, Família e Combate à Fome (MDS), publicada em março de 2024, “Define os municípios e o Distrito Federal prioritários para a implementação da Estratégia Nacional de Segurança Alimentar e Nutricional nas

Como as decisões são tomadas na esfera política, nem sempre a atuação da academia e da sociedade civil são suficientes para barrar a interferência da indústria.

Cidades - Alimenta Cidades”⁴⁰³. O documento estabelece que municípios poderão manifestar interesse e receber apoio institucional e técnico para “a estruturação, implementação, monitoramento e avaliação de ações”. Essa é uma alternativa para tentar limitar a ação das corporações que muitas vezes se aproveitam de problemas sociais como a fome e são capazes de camuflar ações *marketing* em

filantropia, como mostrado no primeiro Dossiê, no caso “Doações na pandemia de covid-19”.

Além de publicações que orientam na identificação e na prevenção de Col em políticas públicas, em 2023 também foram realizados eventos para discutir o assunto e impulsionar ações de prevenção, identificação, gerenciamento e mitigação de Col em políticas públicas. Em outubro, o Idec e a ACT Promoção da Saúde, em parceria com organizações da sociedade civil, promoveu a primeira “Conferência Livre sobre Conflitos de Interesse na Segurança Alimentar e Nutricional”. Previstas no regulamento da 6ª Conferência Nacional de SAN (CNSAN), as conferências

livres nacionais têm caráter deliberativo e são convocadas e realizadas por organizações da sociedade civil que não apresentam Col para atuação na temática. Elas funcionam como uma estratégia para ampliar a participação social nos debates e na formulação de propostas, além da realização da eleição de delegados da sociedade civil que participarão da CNSAN. Com quatro delegados eleitos, a Conferência Livre sobre Col levou três propostas sobre prevenção, gerenciamento e mitigação de Col para serem incorporadas à 6ª CNSAN, que, por meio de propostas, subsidiou a construção do 3º Plano Nacional de Segurança Alimentar e Nutricional (PLANSAN).

Já em novembro do mesmo ano foi realizada a “Oficina de escuta para elaboração do Marco de Referência sobre conflitos de interesse nas políticas públicas de alimentação e nutrição, tabaco e álcool no Brasil”⁴⁰⁴, em Brasília. A iniciativa é fruto da parceria entre a OPAS, o Ministério da Saúde e o Observatório Brasileiro de Conflitos de Interesse em Alimentação e Nutrição (ObservaCol) e teve a participação de representantes do governo, de organizações da sociedade civil e de membros da academia especialistas nos temas de Col, APC e determinantes comerciais da saúde. O Marco de Referência tem por objetivo ambientar atores de diferentes áreas e cargos do Executivo

sobre a problemática de situações que configuram Col, além de trazer orientações e recomendações para agentes públicos na interação com entidades comerciais.

Grupos nacionais e internacionais que atuam no desenvolvimento de pesquisas, políticas e estratégias sobre alimentação e nutrição também reconhecem que Col e APC exercidas pelo setor produtivo têm consequências desastrosas na saúde da população e do meio ambiente e, por isso, há uma necessidade urgente em mitigar tais influências. O retorno da Câmara Interministerial de Segurança Alimentar e Nutricional (Caisan)⁴⁰⁵, que conta com 24 ministérios, foi marcado pela formação de cinco GT, entre eles, um voltado exclusivamente para o tema de Col, com o objetivo de prevenir esse tipo de situação em programas e ações de combate à fome. O Conselho Nacional de Segurança Alimentar e Nutricional (Consea), restabelecido em janeiro de 2023, quatro anos após sua extinção, também se articulou para a instituição de um GT sobre o tema. Uma das atribuições do Consea é aproximar a sociedade civil organizada da formulação e da implementação de políticas públicas⁴⁰⁶, portanto temas como o Col, que interferem direta ou indiretamente na implementação dessas políticas públicas devem ser monitorados. Já a Comunidade de Prática América La-

tina e Caribe Nutrição e Saúde (Colansa)⁴⁰⁷, uma rede de profissionais e organizações que atuam no desenvolvimento de sistemas alimentares saudáveis, sustentáveis, equitativos e inclusivos, com foco na melhora da nutrição e da saúde na América Latina e Caribe, está estruturando um GT sobre interferência da indústria em políticas públicas de alimentação e nutrição, também para monitorar e orientar ações relacionadas ao tema em sua região.

Trabalhos publicados recentemente também sugerem estratégias que auxiliam na identificação “de se, como e até que ponto um agente comercial pode influenciar os resultados de saúde”⁴⁰⁸, além de sugestão de uma estrutura sobre gestão, monitoramento e mitigação de Col, como apresentado na série “Determinantes Comerciais da Saúde”, publicada pelo *The Lancet*, em 2023. Este trabalho apresenta uma estrutura para apoiar os agentes (como formuladores de política, profissionais de saúde pública, sociedade civil, ONG etc.) que interagem com entidades comerciais, sugerindo perguntas orientadoras que revelam as características das entidades co-

merciais que precisam ser consideradas para a proteção e a promoção da saúde.

Assim, percebemos que identificar os imensuráveis danos causados pela *Big Food*, pela *Big Soda* e pelo *Big Agro* tanto à saúde da população quanto ao meio ambiente contribui para construir não apenas uma compreensão sobre sua forma de atuação junto aos gestores públicos, mas, principalmente, para estabelecer mecanismos de combate a tais movimentações. Estes mecanismos são fundamentalmente geridos pela sociedade civil, por entidades profissionais e pesquisadores da área de saúde pública e alimentação e nutrição, o que mostra enorme assimetria de poder econômico e de influência política desses grupos frente aos setores produtivos que eles monitoram. Os mecanismos de controle devem, sim, ter a participação social, mas cabe ao poder público estabelecer políticas que possam evitar o Col e as APC na construção, na gestão, na implementação e na fiscalização de políticas de alimentação e nutrição, colocando como prioridade o interesse público.

QUEM ESTÁ INTERFERINDO NAS POLÍTICAS DE ALIMENTAÇÃO E NUTRIÇÃO NO BRASIL E NO MUNDO

Indústria e Agronegócio











Sociedade Civil, Setor Privado e Mercado Financeiro






Setor Privado






ESG



NAMING RIGHTS



Indústria









PL DAS CANTINAS



PLANT-BASED



Indústria e Agronegócio













Sociedade Civil e Institutos de Pesquisa





 **Indústria**

 **Sociedade Civil e Setor Privado**

 **Indústria**



Coca-Cola MARS Unilever
PEPSICO Nestlé



BUSINESS COALITION FOR A GLOBAL PLASTICS TREATY WWF
ELLEN MACARTHUR FOUNDATION



ABIA
abicab
ABIR
abimapi
ABRAS
ABIAM

TRATADO PLÁSTICO



REFORMA TRIBUTÁRIA



SUN



 **Indústria**



Unilever Pepsico Kellogg's
Cargill MARS nutriset

 **Filantropia**



BILL & MELINDA GATES foundation

 **Indústria**

RDC 24



 **Associação Profissional**



CONAR



ABIA ABRESI ANR
abicab ABF ANIB
abimapi ABIR AFREBRAS
CNTUR

7. PASSOS PARA O FUTURO

○ ○ ○

Cada vez mais documentadas, as consequências de atividades econômicas da *Big Food*, da *Big Soda* e do *Big Agro* à saúde da população e ao meio ambiente só reforçam a urgência de mudança no sistema alimentar hegemônico, que adocece pessoas e polui o meio ambiente. Portanto, para que haja uma mudança significativa é necessário repensar o sistema alimentar, fomentando práticas sustentáveis e resilientes de produção de alimentos, valorizando e respeitando conhecimentos das comunidades tradicionais. Para isso, é necessário, também, a adoção de estratégias eficientes para o monitoramento dos Col e para a minimização de APC, impedindo que as corporações interfiram direta ou indiretamente na elaboração de políticas de saúde pública.

A partir do levantamento realizado neste documento, as APC mais identificadas foram: “criar apoio público para posições corporativas”, “acesso e influência na formulação de políticas”, “deslocar e usurpar a saúde pública”, “moldar evidências para criar dúvidas” e “gerenciar re-

putações em benefício corporativo”. Percebe-se, portanto, que as corporações gerenciam informações e políticas a seu favor, sempre preocupada com a manutenção de uma imagem positiva diante do público e usando suas relações políticas para obter benefícios próprios, independentemente das consequências e dos impactos sociais ou ambientais que possam causar.

Por fim, como constatado ainda na primeira versão do Dossiê, os interesses comerciais se mantêm como norteadores das ações e estratégias políticas em detrimento das políticas públicas de alimentação e nutrição e do estabelecimento de ações com impactos reais para a sustentabilidade do planeta. Os atores são os mesmos, mas as estratégias se adaptam aos novos contornos sociais e temporais e a diferentes governos e entidades em todo o mundo. Cabe ao poder público priorizar a proteção e a promoção da saúde, estabelecendo limites e sanções às práticas comerciais que causam danos irreversíveis, há décadas, à população e ao planeta.

8. REFERÊNCIAS

- 1 NCD Risk Factor Collaboration (NCD-RisC). Worldwide trends in body-mass index, underweight, overweight, and obesity from 1975 to 2016: a pooled analysis of 2416 population-based measurement studies in 128.9 million children, adolescents, and adults. *Lancet*. 2017; 390: 2627-2642. Disponível em: <[https://doi.org/10.1016/S0140-6736\(23\)02750-2](https://doi.org/10.1016/S0140-6736(23)02750-2)>.
- 2 Garcia M. Mais de um bilhão de pessoas vivem com obesidade no mundo, aponta relatório global. G1. 01 de mar de 2024. Disponível em: <<https://g1.globo.com/saude/noticia/2024/03/01/mais-de-um-bilhao-de-pessoas-vivem-com-obesidade-no-mundo-aponta-estudo.ghtml>>.
- 3 Moraes V; Mattos R. e Albiero M. Identificar, prevenir e enfrentar conflitos de interesse e a interferência da indústria de ultraprocessados na alimentação escolar. in: Dossiê ÓAÊ 2023-2024: Diversidades e desigualdades na alimentação escolar. Disponível em: <<https://alimentacaoescolar.org.br/acervo/dossie-oe-2023-2024-diversidades-e-desigualdades-na-alimentacao-escolar/>>.
- 4 Gilmore B, Fabbri A, Baum F, *et al.* Definição e conceituação dos determinantes comerciais da saúde. ACT Promoção da Saúde. Disponível em: <<https://actbr.org.br/uploads/arquivos/4%29-Artigo-1-Definicao-e-conceituacao-dos-determinantes.pdf>>.
- 5 Moraes V; Mattos R. e Albiero M. Identificar, prevenir e enfrentar conflitos de interesse e a interferência da indústria de ultraprocessados na alimentação escolar. in: Dossiê ÓAÊ 2023-2024: Diversidades e desigualdades na alimentação escolar. Disponível em: <<https://alimentacaoescolar.org.br/acervo/dossie-oe-2023-2024-diversidades-e-desigualdades-na-alimentacao-escolar/>>.
- 6 Gilmore A; Fabbri A; Baum F *et al.* Determinantes comerciais da saúde. Definição e conceituação dos determinantes comerciais da saúde. 2023. Série. ACT Promoção da Saúde. Disponível em: <<https://actbr.org.br/uploads/arquivos/4%29-Artigo-1-Definicao-e-conceituacao-dos-determinantes.pdf>>.
- 7 Gilmore A; Fabbri A; Baum F *et al.* Determinantes comerciais da saúde. Definição e conceituação dos determinantes comerciais da saúde. 2023. Série. ACT Promoção da Saúde. Disponível em: <<https://actbr.org.br/uploads/arquivos/4%29-Artigo-1-Definicao-e-conceituacao-dos-determinantes.pdf>>.
- 8 Askari M, Heshmati J, Shahinfar H, Tripathi N, Daneshzad E. Ultra-processed food and the risk of overweight and obesity: a systematic review and meta-analysis of observational studies. *Int J Obes (Lond)*. 2020;44(10):2080-2091. [acesso em 21 jan 2024] Disponível em: <<https://doi.org/10.1038/s41366-020-00650-z>>.
- 9 Pagliai G, Dinu M, Madarena MP, Bonaccio M, Iacoviello L, Sofi F. Consumption of ultra-processed foods and health status: a systematic review and meta-analysis. *Br J Nutr*. 2021;125(3):308-318. [acesso em 21 jan 2024] Disponível em: <<https://doi.org/10.1017/S0007114520002688>>.
- 10 Lane MM, Davis JA, Beattie S *et al.* Ultra-processed food and chronic noncommunicable diseases: a systematic review and meta-analysis of 43 observational studies. *Obes Rev*. 2021;22(3):e13146. Disponível em: <<https://doi.org/10.1111/obr.13146>>.

- 11 Nilson EAF, Ferrari G, Louzada MLC, Levy RB, Monteiro CA, Rezende LFM. Premature deaths attributable to the consumption of ultra-processed foods in Brazil. *Am J Prev Med.* 2023 Jan;64(1):129-136. Epub 2022 Nov 7. [acesso em 21 jan 2024]; Disponível em: <<https://doi.org/10.1016/j.amepre.2022.08.013>>.
- 12 Pagotto EL. Greenwashing: manual da propaganda ambiental enganosa [recurso eletrônico]. Ponta Grossa: Aya, 2023. 181 p. Disponível em: <<https://ericopagottoanhang.wixsite.com/greenwashing/about-5>>.
- 13 Break Free From Plastic. The Brand Audit Report 2023. Brand Audit, 2023. Disponível em: <<https://brandaudit.breakfreefromplastic.org/brand-audit-2023/#:~:text=The%20Brand%20Audit%20Report%202023,burning%20plastic%20and%20chemical%20recycling>>.
- 14 IPES-Food. Proteínas e política: mitos e fatos sobre carne, peixe, “proteínas alternativas” e sustentabilidade. 2022. Disponível em: <https://www.ipes-food.org/_img/upload/files/ProteinasEPoliticaPT.pdf>.
- 15 Brasil, Agência Nacional de Vigilância Sanitária (Anvisa), Gerência-Geral de Alimentos (GGALI). Alimentos plant-based. Relatório das oficinas virtuais para identificação do problema regulatório e dos agentes afetados. Brasília: Set. 2022. Disponível em: <<https://www.gov.br/anvisa/pt-br/assuntos/noticias-anvisa/2022/Relatoriodasoficinasparaidentificacaodoproblemaregulatorio150922.pdf>>.
- 16 Ulucanlar S, Lauber K, Fabbri A *et al.* Corporate political activity: taxonomies and model of corporate influence on public policy. *International Journal of Health Policy and Management*, 2023; 12(Issue 1): 1-22. Disponível em: <https://www.ijhpm.com/article_4440.html>.
- 17 Mialon M, Julia C, Hercberg S. (2018). The policy dystopia model adapted to the food industry: the example of the Nutri-Score saga in France. 2018. *World Nutrition*. Disponível em: <<https://world-nutritionjournal.org/index.php/wn/article/view/579>>.
- 18 Adaptado de Ulucanlar S, Lauber K, Fabbri A *et al.* Corporate political activity: taxonomies and model of corporate influence on public policy. *International Journal of Health Policy and Management*, 2023; 12(Issue 1): 1-22. Disponível em: <https://www.ijhpm.com/article_4440.html>.
- 19 Talman K. Por que ‘ESG’ virou algo sem sentido?. BBC. Publicada em 26 de nov de 2023. Disponível em: <<https://www.bbc.com/portuguese/articles/c8893d52xz9o>>.
- 20 Belinky A. Seu ESG é sustentável? GV Executivo V20, nº 4, 2021 Disponível em: <<https://periodicos.fgv.br/gvexecutivo/article/view/85080/80457>>.
- 21 Talman K. Por que ‘ESG’ virou algo sem sentido?. BBC. Publicada em 26 de nov de 2023. Disponível em: <<https://www.bbc.com/portuguese/articles/c8893d52xz9o>>.
- 22 Talman K. Por que ‘ESG’ virou algo sem sentido?. BBC. Publicada em 26 de nov de 2023. Disponível em: <<https://www.bbc.com/portuguese/articles/c8893d52xz9o>>.
- 23 United Nations (UN). Global Compact. Who we Are. Disponível em: <<https://www.unglobalcompact.org/what-is-gc>>.
- 24 Belinky A. Seu ESG é sustentável? GV Executivo V20, nº 4, 2021 Disponível em: <<https://periodicos.fgv.br/gvexecutivo/article/view/85080/80457>>.

- 25 United Nations Environment Programme Finance Initiative (UNEP FI). Who Cares Wins: Connecting Financial Markets to a Changing World. 2004. Disponível em: https://www.unepfi.org/fileadmin/events/2004/stocks/who_cares_wins_global_compact_2004.pdf.
- 26 ACT Promoção da Saúde e Instituto de Defesa de Consumidores (Idec). Dossiê Big Food: como a indústria interfere em políticas de alimentação. 2022. Disponível em: https://actbr.org.br/uploads/arquivos/DOSSIE-BIG-FOOD_Como-a-industria-interfere-em-politicas-de-alimentacao_ACT_IDEC_2022.pdf.
- 27 Belinky A. Partes interessadas ou partes interessantes? GV Executivo. 2024. Disponível em: <https://periodicos.fgv.br/gvexecutivo/article/view/90126/84832>.
- 28 Stilingue e Rede Brasil do Pacto Global. Estudo sobre a evolução do ESG no Brasil. Disponível em: <https://www.pactoglobal.org.br/noticia/stilingue-e-rede-brasil-do-pacto-global-lancam-estudo-sobre-a-evolucao-do-esg-no-brasil/>.
- 29 Sodexo. Pesquisa inédita revela que 89% dos brasileiros consideram urgente adotar alternativas sustentáveis alimentação. 6 de fev. 2024. Disponível em: <https://br.sodexo.com/home/midia/sodexo-na-imprensa/sodexo-on-site-na-imprensa/newsList-area/sodexo-on-site-na-imprensa/pesquisa-inedita-revela-que-89-d.html>.
- 30 KPMG. ESG no setor de alimentos e bebidas: uma análise de 28 companhias brasileiras que atuam no seguimento. Set. de 2023. Disponível em: <https://assets.kpmg.com/content/dam/kpmg/br/pdf/2023/9/KPMG-ESG-no-setor-de-alimentos-e-bebidas.pdf>.
- 31 Gilmore A; Fabbri A; Baum F *et al.* Determinantes Comerciais da Saúde. Definição e conceituação dos determinantes comerciais da saúde. 2023. Série. ACT Promoção da Saúde. Disponível em <https://actbr.org.br/uploads/arquivos/4%-29-Artigo-1-Definicao-e-conceituacao-dos-determinantes.pdf>.
- 32 Nilson E, Ferrari G, Louzada MLC *et al.* The Development of Indicators for Monitoring Urban Sustainability in Latin America: A Panoramic View. American Journal of Preventive Medicine 2022. Disponível em: <https://www.ajpmonline.org/pb-assets/Health%20Advance/journals/amepre/Nilson-et-al-1667841500.pdf>.
- 33 Ferrari G, Giannichi B, Resende B ; *et al.* The economic burden of overweight and obesity in Brazil: perspectives for the Brazilian Unified Health System. Public Health, v.207, p.82-87, 2022. Disponível em: <https://doi.org/10.1016/j.puhe.2022.03.015>.
- 34 de Souza, LC; Carlini, RC; Rezende, EN. Análise de ESG Washing conforme a doutrina de distorção negligente na responsabilidade civil por ato ilícito. SCIENTIA IURIS, Londrina, v. 28, n. 1, p. 41-55, mar. 2024. Disponível em: <https://ojs.uel.br/revistas/uel/index.php/iuris/article/view/47950/50195>
- 35 Capirazi B. Relatórios ESG têm informações falsas para 98% dos investidores; entenda o motivo da desconfiança. Terra. Publicado em: 23 de jan de 2024. Disponível em: <https://www.terra.com.br/economia/relatorios-esg-tem-informacoes-falsas-para-98-dos-investidores-entenda-o-motivo-da-desconfianca,-11c4568088764131b569d15b761e275023syxkxx.html>.
- 36 PwC. Global Investor Survey 2023. PwC 2023. Disponível em: <https://www.pwc.com.br/pt/estudos/setores-atividade/financeiro/2024/pesquisa-global-com-investidores-2023.html>.

- 37 Market Analysis. Greenwashing in Brazil. 2014. Disponível em: <<https://marketanalysis.com.br/wp-content/uploads/2014/07/Greenwashing-in-Brazil.pdf>>
- 38 ACT Promoção da Saúde. Blackwashing: as corporações estão engajadas na pauta racial? Disponível em: <<https://actbr.org.br/post/blackwashing-as-corporacoes-estao-engajadas-na-pauta-racial/19590/>>
- 39 Capirazi B.. Sustentabilidade no setor de alimentação é urgente para 89% dos brasileiros, aponta pesquisa. Terra. Publicado em: 06 de fev de 2024. Disponível em: <<https://www.terra.com.br/economia/sustentabilidade-no-setor-de-alimentacao-e-urgente-para-89-dos-brasileiros-aponta-pesquisa,0efbf700f1c919b0f20943b458436acfzyag2crw.html>>.
- 40 Instituto Ethos. Perfil social, racial e de gênero das 500 maiores empresas do Brasil e suas ações afirmativas. São Paulo: 2016. Disponível em: <https://www.ethos.org.br/wp-content/uploads/2016/05/Perfil_Social_Tacial_Genero_500empresas.pdf>.
- 41 Campos D. Mulheres negras rumo à liderança. 2023. Disponível em: <https://periodicos.fgv.br/gvexecutivo/article/view/88903/83538?utm_source=portal-fgv&utm_medium=fgvnoticias&utm_id=fgvnoticias-2023-07-24>.
- 42 ACT Promoção da Saúde. Análise da tributação do setor de refrigerantes e outras bebidas açucaradas. 03 de fev de 2023. Disponível em: <<https://actbr.org.br/uploads/arquivos/Analise-Receita-Federal-2018.pdf>>.
- 43 Associação Brasileira de Supermercados (ABRAS). 3ª Edição do Fórum da Cadeia Nacional do Abastecimento Abras - ESG. Disponível em: <https://fcna.abras.com.br/>
- 44 Valor Econômico. Prática ESG. Disponível em: <https://valor.globo.com/esg/>;
- 45 O Globo. ESG - Economia. Disponível em: <<https://oglobo.globo.com/economia/esg>>.
- 46 Mercado e Consumo. Abrasel e Coca-Cola oferecem curso gratuito em ESG para pequenos negócios. Disponível em: <<https://mercadoeconsumo.com.br/30/07/2023/foodservice/abrasele-coca-cola-oferecem-curso-gratuito-em-esg-para-pequenos-negocios>>.
- 47 Valor Econômico. Projeto Especial ESG. Disponível em: <<https://valor.globo.com/patrocinado/projeto-especial-esg/>>.
- 48 Global Reporting Initiative. Diretrizes.2021. Disponível em: <<https://globalreporting.org/>>.
- 49 Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento. Portaria MAPA nº 542, 28 de dezembro de 2022. Disponível em: <<https://www.in.gov.br/web/dou/-/portaria-mapa-n-542-28-de-dezembro-de-2022-454423049>>.
- 50 Mendonça R. Governo dá selo de 'integridade' a empresas relacionadas a violações ambientais. Repórter Brasil. Publicada em 29 de jan de 2024. Disponível em: <<https://reporterbrasil.org.br/2024/01/governo-da-selo-de-integridade-a-empresas-relacionadas-a-violacoes-ambientais/>>.
- 51 Programa das Nações Unidas para o Meio Ambiente (PNUMA). O que está cozinhando: uma avaliação do impacto potencial de novas alternativas . Disponível em: <<https://www.unep.org/pt-br/resources/o-que-esta-cozinhando-uma-avaliacao-do-impacto-potencial-de-novas-alternativas>>.
- 52 Heinrich Böll Stiftung. The Meat Atlas 2021. Facts and figure about the animal we eat. Disponível em: <https://friendsoftheearth.eu/wp-content/uploads/2021/09/MeatAtlas2021_final_web.pdf>.

- 53 JBS. Sustentabilidade. Disponível em: <<https://jbs.com.br/sustentabilidade/>>.
- 54 Heinrich Böll Foundation. Atlas da carne: fatos e números sobre os animais que comemos. 2016. Disponível em: <<https://br.boell.org/pt-br/2016/09/06/atlas-da-carne-fatos-e-numeros-sobre-os-animais-que-comemos>>.
- 55 Heinrich Böll Stiftung. The Meat Atlas 2021. Facts and figure about the animal we eat. Disponível em: <https://friendsoftheearth.eu/wp-content/uploads/2021/09/MeatAtlas2021_final_web.pdf>.
- 56 Forests & Finance. Financiando o Colapso da Biodiversidade Disponível em <<https://forestsandfinance.org/banking-on-biodiversity-collapse/>>.
- 57 Instituto do Homem e Meio Ambiente da Amazônia (Imazon). Sem rastreabilidade, pecuária na Amazônia pode levar ao desmatamento de 3 milhões de hectares até 2025. Imprensa. Publicado em 22 de novembro de 2023. Disponível em: <<https://imazon.org.br/imprensa/sem-rastreabilidade-pecuaria-na-amazonia-pode-levar-ao-desmatamento-de-3-milhoes-de-hectares-ate-2025>>.
- 58 Peres, J. Fundos do agro fazem faria lima investir em escravidão, desmatamento e grilagem. Intercept Brasil. 20 de jul de 2023. Disponível em: <<https://www.intercept.com.br/2023/07/20/fundos-agro-impulsionam-empresas-com-historico-de-trabalho-escravo-grilagem-desmatamento/>>.
- 59 El País Brasil. JBS e BRF, de “campeãs nacionais” a suspeitas de vender carne vencida. 2017. Disponível em: https://brasil.elpais.com/brasil/2017/03/17/politica/1489763244_536570.html.
- 60 Folha de S. Paulo. JBS propõe eleição de Wesley e Joesley Batista para conselho de administração. Folha de S.Paulo 2024. Disponível em: <<https://www1.folha.uol.com.br/mercado/2024/03/jbs-propoe-eleicao-de-wesley-e-joesley-batista-para-conselho-de-administracao.shtml>>.
- 61 Fundo JBS Amazônia. Disponível em:<<https://fundojbsamazonia.org/https://>>.
- 62 Instituto do Homem e Meio Ambiente da Amazônia (Imazon). A cadeia de produção de carne continua contribuindo para o desmatamento na Amazônia. 2023. Disponível em: <https://oeco.org.br/wp-content/uploads/2023/11/CadeiaProducao_frig_rev02.pdf>.
- 63 ClimaInfo. JBS é acusada de propaganda climática enganosa e processada nos EUA. 2024. Disponível em: <<https://climainfo.org.br/2024/02/29/jbs-e-acusada-de-propaganda-climatica-enganosa-e-processada-nos-eua/>>.
- 64 ISE B3. Carteiras e questionários. Disponível em: <<https://iseb3.com.br/carteiras-e-questionarios>>.
- 65 ClimaInfo. Ofensiva contra JBS na bolsa de NY trava planos da empresa.2024. Disponível em: <<https://climainfo.org.br/2024/03/25/ofensiva-contrajbs-na-bolsa-de-ny-trava-planos-da-empresa/>>.
- 66 Zocchio G. Relatório mostra falhas em compromissos sociais de Coca, Nestlé, Pepsi e Unilever. 9 de mar de 2019. Disponível em: <https://ojoioeotrigo.com.br/2019/03/relatorio-mostra-falhas-em-compromissos-sociais-de-coca-nestle-pepsi-e-unilever/>
- 67 Santos LF. ‘Brasil é essencial para Nestlé atingir metas ambientais’, diz líder global de ESG da empresa. 22 de jun de 2023. Disponível em: <<https://www.terra.com.br/economia/brasil-e-essencial-para-nestle-atingir-metas-ambientais-diz-lider-global-de-esg-da-empresa,73f3fc327f72c-fb71e6db48a9f72a83dj4pzd56b.html>>.

- 68 Associação Brasileira das Entidades dos Mercados Financeiro e de Capitais (ANBIMA). ESG e cripto: ANBIMA expande autorregulação de fundos de investimento. 16 de jun. 2023. Disponível em: <https://www.anbima.com.br/pt_br/noticias/esg-e-cripto-anbima-expande-autorregulacao-de-fundos-de-investimento.htm>.
- 69 Comissão de Valores Mobiliários (CVM). Resolução nº 193, de 23 de outubro de 2023. Disponível em: <<https://conteudo.cvm.gov.br/legislacao/resolucoes/resol193.html#:~:text=Disp%C3%B5e%20sobre%20a%20elabora%C3%A7%C3%A3o%20e,International%20Sustainability%20Standards%20Board%20%2D%20ISSB.>>>.
- 70 Comissão de Valores Mobiliários (CVM). Brasil é 1º país no mundo a adotar relatório de informações financeiras relacionadas à sustentabilidade emitidas pelo ISSB. Disponível em: <<https://www.gov.br/cvm/pt-br/assuntos/noticias/2023/brasil-e-1o-pais-no-mundo-a-adotar-relatorio-de-informacoes-financeiras-relacionadas-a-sustentabilidade-emitidas-pelo-issb>>.
- 71 Ministério da Economia. Fazenda apresenta na COP-28 o Plano de Ação da Taxonomia Sustentável Brasileira Disponível em: <<https://www.gov.br/fazenda/pt-br/assuntos/noticias/2023/dezembro/fazenda-apresenta-na-cop-28-o-plano-de-acao-da-taxonomia-sustentavel-brasileira>>.
- 72 Senado Federal. Projeto de Lei do Senado nº 2023. Disponível em: <<https://www25.senado.leg.br/web/atividade/materias/-/materia/151202>>.
- 73 Câmara dos Deputados. Projeto de Lei nº 2318/2023. Disponível em: <<https://www.camara.leg.br/proposicoesWeb/fichadetramitacao?idProposicao=2318833>>.
- 74 Adaptado de Ulucanlar S, Lauber K, Fabbri A et al. Corporate political activity: taxonomies and model of corporate influence on public policy. *International Journal of Health Policy and Management*, 2023; 12(Issue 1): 1-22. Disponível em: <https://www.ijhpm.com/article_4440.html>.
- 75 Mendonça R. Governo dá selo de 'integridade' a empresas relacionadas a violações ambientais. *Repórter Brasil*. Publicada em 29 de jan de 2024. Disponível em: <<https://reporterbrasil.org.br/2024/01/governo-da-selo-de-integridade-a-empresas-relacionadas-a-violacoes-ambientais/>>.
- 76 United Nations. ONU News - Secretário-Geral pede ações urgentes para enfrentar a crise climática. 2023. Disponível em: <<https://news.un.org/pt/story/2023/02/1809202>>.
- 77 Zamora, A. M., Caterbow, A., Nobre, C. R. et al. Atlas do Plástico, Fatos e números sobre o mundo dos polímeros sintéticos. São Paulo: Fundação Heinrich Böll; 2020. Disponível em: <<https://br.boell.org/sites/default/files/2020-11/Atlas%20do%20PI%C3%A1stico%20-%20vers%C3%A3o%20digital%20-%2030%20de%20novembro%20de%202020.pdf>>.
- 78 Zamora, A. M., Caterbow, A., Nobre, C. R. et al. Atlas do Plástico, Fatos e números sobre o mundo dos polímeros sintéticos. São Paulo: Fundação Heinrich Böll; 2020. Disponível em: <<https://br.boell.org/sites/default/files/2020-11/Atlas%20do%20PI%C3%A1stico%20-%20vers%C3%A3o%20digital%20-%2030%20de%20novembro%20de%202020.pdf>>.
- 79 United Nations. ONU News - Secretário-Geral pede ações urgentes para enfrentar a crise climática. 2023. Disponível em: <<https://news.un.org/pt/story/2023/02/1809202>>.

- 80 Oliveto, P. Número de plásticos descartados no oceano vai acelerar até 2040. *Correio Braziliense*, 12 de mar de 2023 Disponível em: <<https://www.correiobraziliense.com.br/ciencia-e-saude/2023/03/5079394-numero-de-plasticos-descartados-no-oceano-vai-acelerar-ate-2040.html>>.
- 81 Fundação Heinrich Böll, Break Free From Plastic. Atlas do Plástico: fatos e números sobre o mundo dos polímeros sintéticos. 7 de dezembro de 2020. Disponível em: <<https://br.boell.org/pt-br/2020/11/29/atlas-do-plastico>>.
- 82 Zamora, A. M., Caterbow, A., Nobre, C. R. et al. Atlas do Plástico, Fatos e números sobre o mundo dos polímeros sintéticos. São Paulo: Fundação Heinrich Böll; 2020. Disponível em: <<https://br.boell.org/sites/default/files/2020-11/Atlas%20do%20PI%C3%A1stico%20-%20vers%C3%A3o%20digital%20-%2030%20de%20novembro%20de%202020.pdf>>.
- 83 Alcaraz A, Vianna C, Bardach A. *et al.* Instituto de Efectividad Clínica y Sanitaria. O lado oculto das bebidas açucaradas no Brasil. Buenos Aires: 2020. Disponível em: <<https://actbr.org.br/uploads/arquivos/IECS-e-Infografías-bebidas-azucaradas-Brasil.pdf>>.
- 84 United Nations. ONU News - Secretário-Geral pede ações urgentes para enfrentar a crise climática. 2023. Disponível em: <<https://news.un.org/pt/story/2023/02/1809202>>.
- 85 Compostos. Ciclo de vida do plástico: da produção ao descarte. 14 set. de 2023. Disponível em: <<https://www.compostos.com.br/blog/ciclo-de-vida-do-plastico>>
- 86 Fundação Heinrich Böll, Break Free From Plastic. Atlas do Plástico: fatos e números sobre o mundo dos polímeros sintéticos. 7 de dezembro de 2020. Disponível em: <<https://br.boell.org/pt-br/2020/11/29/atlas-do-plastico>>.
- 87 Pereira, P. Estudo inédito encontra microplástico em pulmão humano. *Estadão*. Publicado em 24 de mai de 2021. Disponível em: <<https://www.estadao.com.br/saude/estudo-inedito-encontra-microplastico-em-pulmao-humano/>>[.
- 88 Castro, G. Microplásticos são encontrados no coração humano pela 1ª vez; qual é o impacto disso na saúde? *Estadão*. Publicado em: 18 de ago de 2023. Disponível em: <<https://www.estadao.com.br/saude/microplasticos-sao-encontrados-no-coracao-humano-pela-1-vez-qual-e-o-impacto-disso-na-saude-nprm/>>.
- 89 The United Nations Human Rights Office (OHCHR). Key human rights considerations for the negotiations to develop an international legally binding instrument on plastic pollution. 2022. Disponível em: <<https://www.ohchr.org/sites/default/files/documents/issues/climatechange/2022-12-01/OHCHR-inputs-INC1.pdf>>.
- 90 The United Nations Human Rights Office (OHCHR). Key human rights considerations for the negotiations to develop an international legally binding instrument on plastic pollution. 2022. Disponível em: <<https://www.ohchr.org/sites/default/files/documents/issues/climatechange/2022-12-01/OHCHR-inputs-INC1.pdf>>.
- 91 ONU News. Assembleia do Meio Ambiente aprova acordo para acabar com poluição plástica até 2024. Publicado em 2 de mar de 2022. Disponível em: <<https://news.un.org/pt/story/2022/03/1781522>>.
- 92 Ralston R., Carlini G., Johns P., *et al.* Corporate interests and the UN treaty on plastic pollution: neglecting lessons from the WHO Framework Convention on Tobacco Control. *The Lancet*. 2023. Disponível em: <[https://www.thelancet.com/journals/lancet/article/PIIS0140-6736\(23\)02040-8/abstract](https://www.thelancet.com/journals/lancet/article/PIIS0140-6736(23)02040-8/abstract)>.

- 93 United Nations Environment Programme (UNEP). Resolution 5/14 entitled End plastic pollution: Towards an international legally binding instrument. Disponível em: <<https://www.unep.org/inc-plastic-pollution>>.
- 94 Instituto de Defesa de Consumidores (Idec). Idec participa de tratado para redução do uso de plástico no planeta. Publicado em 07 de jun de 2023. Disponível em: <<https://idec.org.br/noticia/idec-participa-de-tratado-para-reducao-do-uso-de-plastico-no-planeta>>.
- 95 Zamboni, A. Brasil e o Tratado Global contra a Poluição Plástica. Oceana Brasil. Publicado em 21 de jul de 2023. Disponível em: <<https://brasil.oceana.org/blog/brasil-e-o-tratado-global-contra-a-poluicao-plastica/>>.
- 96 Volcovici, V. Em negociações da ONU para tratado global sobre plástico, delegados enfrentam limites de produção. UOL. Publicada em 12 de nov de 2023. Disponível em: <<https://noticias.uol.com.br/ultimas-noticias/reuters/2023/11/12/em-negociacoes-da-onu-para-tratado-global-sobre-plastico-delegados-enfrentam-limites-de-producao.htm>>.
- 97 United Nations Environment Programme (Unep). Report of the Third Intergovernmental Review Meeting of the Global Programme of Action for the Protection of the Marine Environment from Land-based Activities (IGR-3). Disponível em: <https://wedocs.unep.org/bitstream/handle/20.500.11822/44082/INC3_ReportE.pdf>.
- 98 United Nations Environment Programme (Unep). Report of the Third Intergovernmental Review Meeting of the Global Programme of Action for the Protection of the Marine Environment from Land-based Activities (IGR-3). Disponível em: <https://wedocs.unep.org/bitstream/handle/20.500.11822/44082/INC3_ReportE.pdf>.
- 99 Greenpeace. Petrochem Sign-on Letter. 2023. Disponível em: <<https://www.greenpeace.org/static/planet4-international-stateless/2023/10/095ffb7f-petrochem-sign-on-letter-oct-10.pdf>>.
- 100 Eco. Por dentro dos bastidores do tratado global contra poluição plástica: estamos mesmo no meio do caminho? 2023. Disponível em: <<https://oeco.org.br/colunas/por-dentro-dos-bastidores-do-tratado-global-contra-poluicao-plastica-estamos-mesmo-no-meio-do-caminho/>>.
- 101 UNEP Zero Draft: UN Global Treaty on Plastic Pollution. 2023. Disponível em: <<https://wedocs.unep.org/bitstream/handle/20.500.11822/43239/ZERO-DRAFT.pdf>>.
- 102 Greenpeace Brasil. Rascunho do Tratado Global de Plásticos é divulgado e acende alerta. 2023. Disponível em: <<https://www.greenpeace.org/brasil/blog/rascunho-do-tratado-global-de-plasticos-e-divulgado-e-acende-alerta/>>.
- 103 Environmental Investigation Agency (EIA). Big Oil Influence at UN Talks Thwarts Progress Towards Reaching an Effective Global Plastics Treaty. Disponível em: <<https://eia-international.org/news/big-oil-influence-at-un-talks-thwarts-progress-towards-reaching-an-effective-global-plastics-treaty/>>.
- 104 Business for Plastic Treaty. Business for Plastic Treaty. Disponível em: <<https://www.businessforplasticstreaty.org/>>.
- 105 Break Free From Plastic. The Brand Audit Report 2023. Brand Audit, 2023. Disponível em: <<https://brandaudit.breakfreefromplastic.org/brand-audit-2023/#:~:text=The%20Brand%20Audit%20Report%202023,burning%20plastic%20and%20chemical%20recycling>>.

- 106 Ellen MacArthur Foundation. Designing out plastic pollution. Disponível em: <<https://www.ellenmacarthurfoundation.org/topics/plastics/overview>>.
- 107 Break Free From Plastic. The Brand Audit Report 2023. Brand Audit, 2023. Disponível em: <<https://brandaudit.breakfreefromplastic.org/brand-audit-2023/#:~:text=The%20Brand%20Audit%20Report%202023,burning%20plastic%20and%20chemical%20recycling>>.
- 109 BBC. Brasil bate recorde com mais de 100 milhões de doses aplicadas em um dia. Publicado em 28 de out de 2021. Disponível em: <<https://www.bbc.com/portuguese/geral-59085699>>.
- 110 Nestlé Brasil. Grandes empresas se unem em movimento para destacar importância da reciclagem. Imprensa. Publicado em: 7 de jun de 2023. Disponível em: <<https://www.nestle.com.br/media/pressreleases/allpressreleases/grandes-empresas-se-unem-em-movimento-para-destacar-importancia-da-reciclagem>>.
- 111 Instituto Pólis. Rejeitos de plásticos: estudos sobre impactos e responsabilidades. 2021. Disponível em: <<https://polis.org.br/publicacoes/rejeitos-de-plasticos-estudos-sobre-impactos-e-responsabilidades/>>.
- 112 Instituto Pólis. Rejeitos de plásticos: estudos sobre impactos e responsabilidades. 2021. Disponível em: <<https://polis.org.br/publicacoes/rejeitos-de-plasticos-estudos-sobre-impactos-e-responsabilidades/>>.
- 113 Nestlé Brasil. Grandes empresas se unem em movimento para destacar importância da reciclagem. Imprensa. Publicado em: 7 de jun de 2023. Disponível em: <<https://www.nestle.com.br/media/pressreleases/allpressreleases/grandes-empresas-se-unem-em-movimento-para-destacar-importancia-da-reciclagem>>.
- 114 BBC. Brasil bate recorde com mais de 100 milhões de doses aplicadas em um dia. Publicado em 28 de out de 2021. Disponível em: <<https://www.bbc.com/portuguese/geral-59085699>>.
- 115 The United Nations Human Rights Office (OHCHR). Key human rights considerations for the negotiations to develop an international legally binding instrument on plastic pollution. 2022. Disponível em: <<https://www.ohchr.org/sites/default/files/documents/issues/climatechange/2022-12-01/OHCHR-inputs-INC1.pdf>>
- 116 Ralston R., Carlini G., Johns P., *et al.* Corporate interests and the UN treaty on plastic pollution: neglecting lessons from the WHO Framework Convention on Tobacco Control. *The Lancet*. 2023. Disponível em: <[https://www.thelancet.com/journals/lancet/article/PIIS0140-6736\(23\)02040-8/abstract](https://www.thelancet.com/journals/lancet/article/PIIS0140-6736(23)02040-8/abstract)>.
- 117 Ralston R., Carlini G., Johns P., *et al.* Corporate interests and the UN treaty on plastic pollution: neglecting lessons from the WHO Framework Convention on Tobacco Control. *The Lancet*. 2023. Disponível em: <[https://www.thelancet.com/journals/lancet/article/PIIS0140-6736\(23\)02040-8/abstract](https://www.thelancet.com/journals/lancet/article/PIIS0140-6736(23)02040-8/abstract)>.
- 118 Business Coalition for a Global Plastics Treaty. The Global Plastics Treaty negotiations enter a new - crucial - stage. Key messages for INC-3. Disponível em: <https://emf.thirdlight.com/file/24/EOTR4NIE0WvLU4IE0gWGE8G_1TW/BCGPT%20INC%203%20Key%20Messages%20.pdf>.
- 119 INC-3 Side Event 1. “Promoting sustainable consumption and production of plastics” - Presentation 4: Circular Economy Approaches for Packaging Ms Carolyn Panzarella Senior Manager, Global Environmental Policy PepsiCo, on behalf of the International Council of Beverages Associations. Disponível em: <<https://resolutions.unep.org/resolutions/uploads/sideevent1report.pdf>>.

- 120 Eco. Por dentro dos bastidores do tratado global contra poluição plástica: estamos mesmo no meio do caminho? 2023. Disponível em: <<https://oeco.org.br/colunas/por-dentro-dos-bastidores-do-tratado-global-contra-poluicao-plastica-estamos-mesmo-no-meio-do-caminho/>>.
- 121 Organização das Nações Unidas (ONU). Especialistas debatem caminhos para eliminar a poluição plástica no setor de alimentação. Notícia, 25 de out. de 2023. Disponível em: <<https://www.unep.org/pt-br/noticias-e-reportagens/comunicado-de-imprensa/especialistas-debatem-caminhos-para-eliminar-poluicao>>.
- 122 Iwanicki L; Zamboni A. Um oceano livre de plástico [livro eletrônico]: desafios para reduzir a poluição marinha no Brasil, 1. ed. Brasília, DF: Oceana Brasil, 2020. Disponível em: <https://brasil.oceana.org/wp-content/uploads/sites/23/umoceanolivredeplastico_oceana_port_web_18dez2020.pdf>.
- 123 BBC News Brasil. COP28: horas após Brasil prometer se aliar a ‘clube do petróleo’, Lula cobra mundo por combustíveis fósseis. 2023. Disponível em: <<https://www.bbc.com/portuguese/articles/czd22y2lne1o>>
- 124 ACT Promoção da Saúde. Especialistas apoiam projetos de lei e tratado global para barrar poluição causada por plástico. 2023. Disponível em: <<https://actbr.org.br/post/especialistas-apoiam-projetos-de-lei-e-tratado-global-para-barrar-poluicao-causada-por-plastico/19613/>>.
- 125 Senado Federal. Projeto de Lei nº 2524, de 2022. Disponível em: <<https://www25.senado.leg.br/web/atividade/materias/-/materia/154790>>.
- 126 Câmara dos Deputados. Projeto de lei nº 612, de 2007. Disponível em: <<https://www.camara.leg.br/proposicoesWeb/fichadetramitacao?idProposicao=346504&ord=1>>.
- 127 Senado Federal. Estudo do Senado aponta necessidade de leis para deter poluição por plásticos. Disponível em: <<https://www12.senado.leg.br/noticias/materias/2021/07/28/estudo-do-senado-aponta-necessidade-de-leis-para-deter-poluicao-por-plasticos>>.
- 128 Friends of the Earth. Global Plastic Treaty Negotiations: Action on Conflict of Interest. 19 de abr de 2024. Disponível em: <<https://foecanada.org/2024/04/global-plastic-treaty-negotiations>>.
- 129 INC-3 Side Event 1. “Promoting sustainable consumption and production of plastics” - Presentation 4: Circular Economy Approaches for Packaging Ms Carolyn Panzarella Senior Manager, Global Environmental Policy PepsiCo, on behalf of the International Council of Beverages Associations. Disponível em: <<https://resolutions.unep.org/resolutions/uploads/sideevent1report.pdf>>.
- 130 ACT Promoção da Saúde, Instituto de Defesa de Consumidores (Idec). Dossiê Big Food: Como a indústria interfere em políticas de alimentação. 2022. Disponível em: <https://actbr.org.br/uploads/arquivos/DOSSIE-BIG-FOOD_Como-a-industria-interfere-em-politicas-de-alimentacao_ACT_IDEC_2022.pdf>.
- 131 Adaptado de Ulucanlar S, Lauber K, Fabbri A *et al.* Corporate political activity: taxonomies and model of corporate influence on public policy. *International Journal of Health Policy and Management*, 2023; 12(Issue 1): 1-22. Disponível em: <https://www.ijhpm.com/article_4440.html>.
- 132 Environmental investigation agency (EIA). Big Oil influence at UN talks thwarts progress towards reaching an effective Global Plastics Treaty. 21 de nov. de 2023. Disponível em: <<https://eia-international.org/news/big-oil-influence-at-un-talks-thwarts-progress-towards-reaching-an-effective-global-plastics-treaty>>.

- 133 Sudré L. Rascunho do Tratado Global de Plásticos é divulgado e acende alerta. Greenpeace. Publicado em 6 de set. de 2023. Disponível em: <<https://www.greenpeace.org/brasil/blog/rascunho-do-tratado-global-de-plasticos-e-divulgado-e-acende-alerta>>.
- 134 INC-3 Side Event 1. “Promoting sustainable consumption and production of plastics” - Presentation 4: Circular Economy Approaches for Packaging Ms Carolyn Panzarella Senior Manager, Global Environmental Policy PepsiCo, on behalf of the International Council of Beverages Associations. Disponível em: <<https://resolutions.unep.org/resolutions/uploads/sideevent1report.pdf>>.
- 135 INC-3 thematic side event. Mobilising resources to support action to end plastic pollution. 14 de nov. de 2023. Disponível em: <<https://wedocs.unep.org/bitstream/handle/20.500.11822/43959/SideEvent6.pdf>>.
- 136 Business for Plastic Treaty. Business for Plastic Treaty. Disponível em: <<https://www.businessforplasticstreaty.org/>>.
- 137 Polis. Rejeitos de plásticos: estudos sobre impactos e responsabilidades 2020. Disponível em: <<https://polis.org.br/publicacoes/rejeitos-de-plasticos-estudos-sobre-impactos-e-responsabilidades>>.
- 138 Polis. Rejeitos de plásticos: estudos sobre impactos e responsabilidades 2020. Disponível em: <<https://polis.org.br/publicacoes/rejeitos-de-plasticos-estudos-sobre-impactos-e-responsabilidades>>.
- 139 Askari M, Heshmati J, Shahinfar H, Tripathi N, Daneshzad E. Ultra-processed food and the risk of overweight and obesity: a systematic review and meta-analysis of observational studies. *Int J Obes (Lond)*. 2020;44(10):2080–2091. Disponível em: <<https://doi.org/10.1038/s41366-020-00650-z>>.
- 140 Pagliai G, Dinu M, Madarena MP, Bonaccio M, Iacoviello L, Sofi F. Consumption of ultra-processed foods and health status: a systematic review and meta-analysis. *Br J Nutr*. 2021;125(3):308–318. Disponível em: <<https://doi.org/10.1017/S0007114520002688>>.
- 141 Lane MM, Davis JA, Beattie S, *et al*. Ultra-processed food and chronic noncommunicable diseases: a systematic review and meta-analysis of 43 observational studies. *Obes Rev*. 2021;22(3):e13146. Disponível em: <<https://doi.org/10.1111/obr.13146>>.
- 142 Nilson EAF, Ferrari G, Louzada MLC, Levy RB, Monteiro CA, Rezende LFM. Premature deaths attributable to the consumption of ultra-processed foods in Brazil. *Am J Prev Med*. 2023 Jan;64(1):129-136. Epub 2022 Nov 7. Disponível em: <<https://doi.org/10.1016/j.amepre.2022.08.013>>.
- 143 Pereira LGR, Azevedo JAG, Machado FSM, Campos MM, Guimaraes Junior R, Tomich TR, Carvalho BC de. Emissão de gases de efeito estufa na pecuária - uma análise ambiental e conceitual. *Revista de Sustentabilidade Ambiental*. 2012; 5(3): 123-135. Disponível em: <<https://www.infoteca.cnptia.embrapa.br/infoteca/handle/doc/950229>>
- 144 Food and Agriculture Organization of the United Nations (FAO). Methane emissions in livestock and rice systems – Sources, quantification, mitigation and metrics. Rome: 2023. Disponível em: <<https://doi.org/10.4060/cc7607en>>.
- 145 Brasil, Agência Nacional de Vigilância Sanitária (Anvisa), Gerência-Geral de Alimentos (GGALI). Alimentos plant-based - Relatório das oficinas virtuais para identificação do problema regulatório e dos agentes afetados. Brasília: Set. 2022. Disponível em: <<https://www.gov.br/anvisa/pt-br/assuntos/noticias-anvisa/2022/Relatoriodasoficinasparaidentificacaodoproblemaregulatorio150922.pdf>>.

- 146 Leeming J. Meet the food pioneer whose meat replacements are rocking the gravy boat. *Nature*: 2021 Feb;590(7844):176. doi: 10.1038/d41586-021-00264-z.
- 147 Fonseca M. Fazenda Futuro: como a startup que aposta em carne de planta para superar frigoríficos já vale R\$ 715 milhões. *InfoMoney*, 2021 jun 21. Disponível em: <<https://www.infomoney.com.br/negocios/fazenda-futuro-como-a-startup-que-aposta-em-carne-de-planta-para-superar-frigorificos-ja-vale-r-715-milhoes/>>.
- 148 IPES-Food. Proteínas e política: mitos e fatos sobre carne, peixe, “proteínas alternativas” e sustentabilidade. 2022. Disponível em: <https://www.ipes-food.org/_img/upload/files/ProteinasEPoliticaPT.pdf>.
- 149 Palmieri Júnior V. A gourmetização em uma sociedade desigual: um estudo da diferenciação do consumo de alimentos industrializados no Brasil. [Tese de Doutorado]. Campinas, SP: Unicamp, 2017. Disponível em: <<https://repositorio.unicamp.br/acervo/detalhe/986706>>.
- 150 Brasil, Ministério da Agricultura e Pecuária (MAPA). Tomada Pública de Subsídios (TPS) Produtos Plant-based, 2021. Disponível em: <<https://www.gov.br/agricultura/pt-br/acesso-a-informacao/participacao-social/tomada-publica-de-subsidios/2022/produtos-plant-based>>.
- 151 Ramalho S. Regulação de produtos à base de proteína vegetal expõe preocupação com concorrência desigual no mercado. *Anffa Sindical*, 16 mar 2022. Disponível em: <<https://www.anffasindical.org.br/index.php/noticias/releases1/3740-regulacao-de-produtos-a-base-de-proteina-vegetal-expoe-preocupacao-com-concorrenca-desigual-no-mercado>>.
- 152 Agência Nacional de Vigilância Sanitária (Anvisa), Gerência-Geral de Alimentos (GGALI). Alimentos plant-based - Relatório das oficinas virtuais para identificação do problema regulatório e dos agentes afetados. Disponível em: <<https://www.gov.br/anvisa/pt-br/assuntos/noticias-anvisa/2022/Relatorio-dasoficinasparaidenticacaodoproblemaregulatorio150922.pdf>>
- 153 Brasil, Agência Nacional de Vigilância Sanitária (Anvisa), Gerência-Geral de Alimentos (GGALI). Alimentos plant-based. Relatório das oficinas virtuais para identificação do problema regulatório e dos agentes afetados. Brasília: Set. 2022. Disponível em: <<https://www.gov.br/anvisa/pt-br/assuntos/noticias-anvisa/2022/Relatoriodasoficinasparaidenticacaodoproblemaregulatorio150922.pdf>>.
- 154 Brasil, Ministério da Agricultura e Pecuária (MAPA). Portaria para estabelecer os requisitos mínimos de identidade e qualidade para produtos análogos de base vegetal, a identidade visual e as regras de rotulagem para esses produtos. MAPA, 2023. Disponível em: <<https://www.gov.br/agricultura/pt-br/assuntos/noticias/aberta-consulta-publica-para-estabelecer-requisitos-minimos-de-identidade-e-qualidade-para-produtos-plant-based>>.
- 155 Desidério, M. Anitta se torna sócia da Fazenda Futuro e vai ajudar a popularizar carne de plantas. *Exame*, 26 de maio de 2022. [internet] Disponível em: <<https://exame.com/negocios/anitta-se-torna-socia-da-fazenda-futuro-e-vai-ajudar-a-popularizar-carne-de-plantas/>>
- 156 Doliveira, M. “Kikikibe”: Anitta e Fazenda Futuro lançam linha de festa baseada em plantas. *Exame*, 5 de julho de 2022. [Internet] Disponível em: <<https://exame.com/pop/anitta-e-fazenda-do-futuro/>>

- 157 Edenbrandt AK, Lagerkvist CJ. Is food labelling effective in reducing climate impact by encouraging the substitution of protein sources? *Food Policy*, 101, 102097, 2021. Disponível em: <<https://doi.org/10.1016/j.foodpol.2021.102097>>
- 158 ProVeg International. Great news for the plant-based sector: Europe rejects 'plant-based dairy censorship' Publicado em 26 de maio de 2021. Disponível em: <<https://proveg.org/news/great-news-for-the-plant-based-sector-europe-rejects-plant-based-dairy-censorship>>.
- 159 Agência Nacional de Vigilância Sanitária (Anvisa). Resolução da Diretoria Colegiada - RDC Nº 429, de 8 de outubro de 2020: Dispõe sobre a rotulagem nutricional dos alimentos embalados. Publicado em 9 de out de 2020. Disponível em: <https://antigo.anvisa.gov.br/documents/10181/3882585/%283%29RDC_429_2020_COMP.pdf/0742a12f-b8d4-4c9d-9312-1853e8b2b0b0>
- 160 Fonseca, M. ESG: Fazenda Futuro lança nova versão do seu hambúrguer de planta, de olho em 2030. *Infomoney*, 28 de jan 2021. Disponível em: <<https://www.infomoney.com.br/negocios/esg-fazenda-futuro-lanca-nova-versao-do-seu-hamburguer-de-planta-de-olho-em-2030/>>.
- 161 Stucchi, A. The New apresenta o Newggets: frango empanado plant-based. *Vegan Business*. 4 de outubro de 2021. Disponível em: <<https://veganbusiness.com.br/frango-empanado-plant-based>>.
- 162 Brasil, Agência Nacional de Vigilância Sanitária (Anvisa), Gerência-Geral de Alimentos (GGALI). "Novo Marco Regulatório Plant-Based. Panorama sobre as ações em curso na Anvisa. Brasília: 09 de ago. 2022. Disponível em:<https://abiam.com.br/wp-content/uploads/2022/08/Palestra-Plant-Based_Dra-Patricia-Castilho-09082022.pdf>.
- 163 Costa M. Carne de Laboratório é igual à carna real? Pesquisa do Cefet-MG explica. Estado de Minas, 19 jan 2022. Disponível em: <https://www.em.com.br/app/noticia/tecnologia/2022/01/19/interna_tecnologia,1338760/carne-de-laboratorio-e-igual-a-carne-real-pesquisadora-do-cefet-mg-explica.shtml>.
- 164 Stephens N, Di Silvio L, Dunsford I, Ellis M, Glencross A, Sexton A. Bringing cultured meat to market: Technical, socio-political, and regulatory challenges in cellular agriculture. *Trends in food science & technology*, 78, 155-166, 2018. Disponível em: <<https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/30100674/>>.
- 165 Treich N. Cultured Meat: Promises and Challenges. *Environ Resour Econ (Dordr)*. 2021;79(1):33-61. doi: 10.1007/s10640-021-00551-3. Epub 19 de mar 2021. Disponível em: <<https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC7977488/>>.
- 166 JBS. JBS inicia obras do primeiro Centro de Pesquisas em proteína cultivada do Brasil. 29 de set. de 2023. Disponível em: <<https://mediaroom.jbs.com.br/noticia/jbs-inicia-obras-do-primeiro-centro-de-pesquisas-em-proteina-cultivada-do-brasil>>.
- 167 IPES-Food. Proteínas e política: mitos e fatos sobre carne, peixe, "proteínas alternativas" e sustentabilidade. 2022. Disponível em: <https://www.ipes-food.org/_img/upload/files/ProteinasEPoliticaPT.pdf>.
- 168 Brasil, Câmara dos Deputados. Projeto de Lei nº 46/16/2023. 21 set 2023. Disponível em: <https://www.camara.leg.br/proposicoesWeb/prop_mostrarintegra?codteor=2331979&filename=PL%204616/2023>.

- 169 Brasil, Câmara dos Deputados. Projeto de Lei nº 46/16/2023. 21 set 2023. Disponível em: <https://www.camara.leg.br/proposicoesWeb/prop_mostrarintegra?codteor=2331979&filename=PL%204616/2023>.
- 170 GFI Brasil. Nota à imprensa - Projeto de Lei (PL) 4616/2023. The Good Food Institute Brasil, São Paulo, 21 de set de 2023. Disponível em <<https://gfi.org.br/the-good-food-institute-brasil-sao-paulo-21-de-setembro-de-2023/>>.
- 171 Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC). UFSC e JBS assinam acordo para o desenvolvimento de pesquisas sobre proteína cultivada. Notícias, 23 de nov 2023. Disponível em: <<https://noticias.ufsc.br/2023/11/ufsc-e-jbs-assinam-acordo-para-desenvolvimento-de-pesquisas-sobre-proteina-cultivada/>>.
- 172 The Good Food Institute (GFI). Nota à Imprensa, 21 set 2023. Disponível em: <<https://gfi.org.br/the-good-food-institute-brasil-sao-paulo-21-de-setembro-de-2023/>>.
- 173 Carvalho CMP, Johns P, Albiero M, Martins APB, Mais LA, Ralston R, Collin J. “Private and personal”: Corporate political activity, informal governance, and the undermining of marketing regulation in Brazil, *Global Public Health*, (2021). Disponível em: DOI: 10.1080/17441692.2021.1988128.
- 174 Teixeira PS. Indústria de Proteína à base de planta tenta fugir do rótulo de ultraprocessoado. Folha de São Paulo, 18 mai 2023. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/mercado/2023/05/industria-de-proteina-a-base-de-planta-tenta-fugir-do-rotulo-de-ultraprocessoado.shtml?pwgt=10h55wtgr9s3n-nq371kl4sr48tsf5q92itbt1qnpnho70Uma&utm_source=whatsapp&utm_medium=social&utm_campaign=compwagift>.
- 175 Deloitte, 2023. Plant-based meat gets a reality check. Disponível em: <<https://www.deloitte.com/global/en/our-thinking/insights/industry/consumer-retail/future-of-fresh-food-sales/plant-based-meat-sales.html>>.
- 176 Brasil, Ministério da Saúde. Guia Alimentar para a População Brasileira. Brasília: 2014. Disponível em: <https://bvsms.saude.gov.br/bvs/publicacoes/guia_alimentar_populacao_brasileira_2ed.pdf>.
- 177 Scrinis, G. Nutricionismo: a ciência e a política do aconselhamento nutricional. São Paulo: Elefante, 2021.
- 178 Askari M, Heshmati J, Shahinfar H, Tripathi N, Daneshzad E. Ultra-processed food and the risk of overweight and obesity: a systematic review and meta-analysis of observational studies. *Int J Obes (Lond)*. 2020;44(10):2080–2091. Disponível em: <<https://doi.org/10.1038/s41366-020-00650-z>>.
- 179 Pagliai G, Dinu M, Madarena MP, Bonaccio M, Iacoviello L, Sofi F. Consumption of ultra-processed foods and health status: a systematic review and meta-analysis. *Br J Nutr*. 2021;125(3):308–318. Disponível em: <<https://doi.org/10.1017/S0007114520002688>>.
- 180 Lane MM, Davis JA, Beattie S *et al*. Ultra-processed food and chronic noncommunicable diseases: a systematic review and meta-analysis of 43 observational studies. *Obes Rev*. 2021;22(3):e13146. Disponível em: <<https://doi.org/10.1111/obr.13146>>.
- 181 IPES-Food. Proteínas e política: mitos e fatos sobre carne, peixe, “proteínas alternativas” e sustentabilidade. 2022. Disponível em: <https://www.ipes-food.org/_img/upload/files/ProteinasEPoliticaPT.pdf>.
- 182 Brasil, Ministério da Saúde. Guia Alimentar para a População Brasileira. Brasília: 2014. Disponível em: <https://bvsms.saude.gov.br/bvs/publicacoes/guia_alimentar_populacao_brasileira_2ed.pdf>.

- 183 Food and Agriculture Organization of the United Nations (FAO); World Health Organization (WHO). Sustainable healthy diets – Guiding principles. Rome: 2019. Disponível em: <<https://iris.who.int/bitstream/handle/10665/329409/9789241516648-eng.pdf?sequence=1>>
- 184 Whitmee S; Haines A; Beyrer C *et al.* Safeguarding human health in the Anthropocene epoch: report of The Rockefeller Foundation-Lancet Commission on planetary health. *Lancet*. 2015; Disponível em: <[https://doi/10.1016/S0140-6736\(18\)31788-4](https://doi/10.1016/S0140-6736(18)31788-4)>
- 185 Adaptado de Ulucanlar S, Lauber K, Fabbri A *et al.* Corporate political activity: taxonomies and model of corporate influence on public policy. *International Journal of Health Policy and Management*, 2023; 12(Issue 1): 1-22. Disponível em: <https://www.ijhpm.com/article_4440.html>.
- 186 Adaptado de Ulucanlar S, Lauber K, Fabbri A *et al.* Corporate political activity: taxonomies and model of corporate influence on public policy. *International Journal of Health Policy and Management*, 2023; 12 (Issue 1): 1-22. Disponível em: <https://www.ijhpm.com/article_4440.html>.
- 187 Ramalho S. Regulação de produtos à base de proteína vegetal expõe preocupação com concorrência desigual no mercado. *Anffa Sindical*, 16 de março de 2022. [Internet] Disponível em: <<https://www.anffasindical.org.br/index.php/noticias/releases1/3740-regulacao-de-produtos-a-base-de-proteina-vegetal-expoe-preocupacao-com-concorrenca-desigual-no-mercado>>
- 188 Agência Nacional de Vigilância Sanitária (Anvisa), Gerência-Geral de Alimentos (GGALI). Alimentos plant-based - Relatório das oficinas virtuais para identificação do problema regulatório e dos agentes afetados. Disponível em: <<https://www.gov.br/anvisa/pt-br/assuntos/noticias-anvisa/2022/Relatorio-dasoficinasparaidentificacaodoproblemaregulatorio150922.pdf>>
- 189 Soares A. [Encontro com a Secretária de Programas Especiais e Estratégicos do MCTI, Marcia Barbosa]. Publicado em abril de 2023. Disponível em: <https://www.linkedin.com/posts/alyssonsoares061_food-tecnologia-desenvolvimento-activity-7043587349896671233-eaHt/?utm_source=share&utm_medium=member_desktop>.
- 190 The Good Food Institute (GFI). [Workshop online e gratuito sobre estudos em proteínas alternativas e as principais lacunas para inovações do setor]. Publicado em 19 jan 2024. Disponível em: <https://www.linkedin.com/posts/the-good-food-institute-brasil_voc%C3%AA-tem-curiosidade-sobre-os-pr%C3%B3ximos-passos-activity-7153453166305370112-J-MC/?utm_source=share&utm_medium=member_desktop>.
- 191 Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (MAPA). Glauco Bertoldo. Descrição: Acompanhar a visitas ao setor de proteínas alternativas (Plant-Based) a convite da The Good Food Institute. Data: 19 de out de 2022.
- 192 Agência Nacional de Vigilância Sanitária (Anvisa). Tiago Lanus Rauber. Audiência. Pauta: Apresentação institucional The Good Food Institute. Data: 19 de mai de 2022.
- 193 Agência Nacional de Vigilância Sanitária (Anvisa). Lígia Lindner Schreiner. Parlatório. Audiência nº 43.110. Pauta: Associação The Good Food Institute. Data: 22 de abr de 2021.

- 194 Agência Nacional de Vigilância Sanitária (Anvisa). Patrícia Fernandes Nantes de Castilho. Reunião Externa. Pauta: Apresentação institucional The Good Food Institute. Data: 19 de mai de 2022.
- 195 Agência Nacional de Vigilância Sanitária (Anvisa). Patrícia Fernandes Nantes de Castilho. Audiência com The Good Food Institute. Pauta: carne cultivada. Data: 22 de abr de 2021.
- 196 Agência Nacional de Vigilância Sanitária (Anvisa). Patrícia Fernandes Nantes de Castilho. Audiência com The Good Food Institute. Data: 29 de jul de 2019.
- 197 Carvalho CMP, Johns P, Albiero M, Martins APB, Mais LA, Ralston R, Collin J. "Private and personal": Corporate political activity, informal governance, and the undermining of marketing regulation in Brazil, *Global Public Health*, (2021). Disponível em: DOI: 10.1080/17441692.2021.1988128.
- 198 Good Food Institute (GFI). COP28 (UN Climate Change Conference). Disponível em: <<https://gfi.org/event/cop28-un-climate-change-conference/>>
- 199 The Good Food Institute (GFI) Brasil. COP28: Sistemas alimentares devem estar no centro do debate climático. Disponível em: <<https://gfi.org.br/cop28-sistemas-alimentares-devem-estar-no-centro-do-debate-climatico/>>.
- 200 Desidério, M. Anitta se torna sócia da Fazenda Futuro e vai ajudar a popularizar carne de plantas. Exame, 26 de maio de 2022. [internet] Disponível em: <<https://exame.com/negocios/anitta-se-torna-socia-da-fazenda-futuro-e-vai-ajudar-a-popularizar-carne-de-plantas/>>
- 201 Doliveira, M. "Kikikibe": Anitta e Fazenda Futuro lançam linha de festa baseada em plantas. Exame, 5 de julho de 2022. [Internet] Disponível em: <<https://exame.com/pop/anitta-e-fazenda-do-futuro/>>
- 202 The Good Food Institute (GFI) Brasil. The Alt protein Project. Disponível em: <<https://gfi.org/the-alt-protein-project/apply>>
- 203 The Good Food Institute (GFI) Brasil. Novo estudo do GFI Brasil e UNICAMP mapeia fontes de proteínas vegetais cultivadas no Brasil com potencial para a indústria plant-based. Disponível em: <<https://gfi.org/novo-estudo-do-gfi-brasil-e-unicamp-mapeia-fontes-de-proteinas-vegetais-cultivadas-no-brasil-com-potencial-para-a-industria-plant-based>>
- 204 Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC). UFSC e JBS assinam acordo para o desenvolvimento de pesquisas sobre proteína cultivada. Notícias, 23 de nov 2023. Disponível em: <<https://noticias.ufsc.br/2023/11/ufsc-e-jbs-assinam-acordo-para-desenvolvimento-de-pesquisas-sobre-proteina-cultivada/>>.
- 205 Ministério da Saúde [BR]. Guia alimentar para a população brasileira [Internet]. Brasília: Ministério da Saúde; 2014, 156 p. [Internet] Disponível em: <https://bvsms.saude.gov.br/bvs/publicacoes/guia_alimentar_populacao_brasileira_2ed.pdf>
- 206 Agência Nacional de Vigilância Sanitária (Anvisa). Resolução da Diretoria Colegiada (RDC) nº 429, de 8 de outubro de 2020. Dispõe sobre a rotulagem nutricional dos alimentos embalados. Brasília: Anvisa; 2020. Disponível em: <http://antigo.anvisa.gov.br/documents/10181/3882585/RDC_429_2020_.pdf/9dc15f3a-db4c-4d3f-90d8-ef4b80537380>.
- 207 Nilson EAF, Ferrari G, Louzada MLC, Levy RB, Monteiro CA, Rezende LFM. Premature deaths attributable to the consumption of ultra-processed foods in Brazil. *Am J Prev Med*. 2023 Jan;64(1):129-136. Epub 2022 Nov 7. Disponível em: <<https://doi.org/10.1016/j.amepre.2022.08.013>>.

- 208 Agência Nacional de Vigilância Sanitária (Anvisa). Resolução da Diretoria Colegiada (RDC) nº 73, de 29 de março de 2005. Brasília: Anvisa; 2005. Disponível em: <https://bvsm.sau.gov.br/bvs/saudelegis/anvisa/2005/rdc0073_29_03_2005.html>
- 209 Agência Nacional de Vigilância Sanitária (Anvisa). Consulta Pública nº 71, de 10 de novembro de 2006. Brasília: Anvisa; 2005. Disponível em: <<https://www.gov.br/saude/pt-br/composicao/saps/promocao-da-saude/controle-e-regulacao-dos-alimentos/publicidade-de-alimentos/acoes-intersectoriais/consulta-publica-no-71.pdf/view>>
- 210 Baird MF. O lobby na regulação da publicidade de alimentos da Agência Nacional de Vigilância Sanitária. *Rev. Sociol. Polit.* 2016;24(57):67-91. Disponível em: <<https://doi.org/10.1590/1678-987316245706>>.
- 211 Martins APB (Org.) Publicidade de alimentos não saudáveis: os entraves e as perspectivas de regulação no Brasil. Instituto Brasileiro de Defesa do Consumidor (Idec). Cadernos Idec – Série Alimentos - Volume 2. [Internet] São Paulo: Idec, 2014. Disponível em: <<http://www.idec.org.br/uploads/publicacoes/publicacoes/publicidade-alimentos-nao-saudaveis.pdf>>.
- 212 Agência Nacional de Vigilância Sanitária (Anvisa). Resolução da Diretoria Colegiada (RDC) nº 96 de 17 de dezembro de 2008. Dispõe sobre a propaganda, publicidade, informação e outras práticas cujo objetivo seja a divulgação ou promoção comercial de medicamentos. Brasília: Anvisa; 2008. Disponível em: <https://bvsm.sau.gov.br/bvs/saudelegis/anvisa/2008/rdc0096_17_12_2008.html>
- 213 Martins APB (Org.) Publicidade de alimentos não saudáveis: os entraves e as perspectivas de regulação no Brasil. Instituto Brasileiro de Defesa do Consumidor (Idec). Cadernos Idec – Série Alimentos - Volume 2. [Internet] São Paulo: Idec, 2014. Disponível em: <<http://www.idec.org.br/uploads/publicacoes/publicacoes/publicidade-alimentos-nao-saudaveis.pdf>>.
- 214 Baird MF. O lobby na regulação da publicidade de alimentos da Agência Nacional de Vigilância Sanitária. *Rev. Sociol. Polit.* 2016;24(57):67-91. Disponível em: <<https://doi.org/10.1590/1678-987316245706>>.
- 215 Baird MF. O lobby na regulação da publicidade de alimentos da Agência Nacional de Vigilância Sanitária. *Rev. Sociol. Polit.* 2016;24(57):67-91. Disponível em: <<https://doi.org/10.1590/1678-987316245706>>.
- 216 Baird MF. O lobby na regulação da publicidade de alimentos da Agência Nacional de Vigilância Sanitária. *Rev. Sociol. Polit.* 2016;24(57):67-91. Disponível em: <<https://doi.org/10.1590/1678-987316245706>>.
- 217 Agência Nacional de Vigilância Sanitária (Anvisa). Consulta Pública nº 71, de 10 de novembro de 2006. Brasília: Anvisa; 2005. Disponível em: <<https://www.gov.br/saude/pt-br/composicao/saps/promocao-da-saude/controle-e-regulacao-dos-alimentos/publicidade-de-alimentos/acoes-intersectoriais/consulta-publica-no-71.pdf/view>>
- 218 Outras informações sobre esse assunto aparecem no caso “A Disputa pelo Marco Legal Da Primeira Infância (MLPI)”, na primeira versão do Dossiê Big Food.
- 219 Massera APD. Unidade de Monitoramento e Fiscalização de Propaganda UPROP/GPROP. Agência Nacional de Vigilância Sanitária (Anvisa). Apresentação realizada em 10 de março de 2009. Disponível em: <https://www.idec.org.br/pdf/20090310_evento_IDEC_Alana_apres_Ana_Paula_Anvisa.pdf>.

- 220 Baird MF. O lobby na regulação da publicidade de alimentos da Agência Nacional de Vigilância Sanitária. *Rev. Sociol. Polit.* 2016;24(57):67-91. Disponível em: <<https://doi.org/10.1590/1678-987316245706>>.
- 221 Martins APB (Org.) Publicidade de alimentos não saudáveis: os entraves e as perspectivas de regulação no Brasil. Instituto Brasileiro de Defesa do Consumidor. *Cadernos Idec - Série Alimentos - Volume 2.* [Internet] São Paulo: Idec, 2014. Disponível em: <<http://www.idec.org.br/uploads/publicacoes/publicacoes/publicidade-alimentos-nao-saudaveis.pdf>>.
- 222 Baird MF. O lobby na regulação da publicidade de alimentos da Agência Nacional de Vigilância Sanitária. *Rev. Sociol. Polit.* 2016;24(57):67-91. Disponível em: <<https://doi.org/10.1590/1678-987316245706>>.
- 223 Agência Nacional de Vigilância Sanitária (Anvisa). Resolução da Diretoria Colegiada (RDC) nº 24, de 15 de junho de 2010. Dispõe sobre a oferta, propaganda, publicidade, informação e outras práticas correlatas cujo objetivo seja a divulgação e a promoção comercial de alimentos considerados com quantidades elevadas de açúcar, de gordura saturada, de gordura trans, de sódio, e de bebidas com baixo teor nutricional, nos termos desta Resolução, e dá outras providências. Brasília: Anvisa; 2010. Disponível em: <https://bvsms.saude.gov.br/bvs/saudelegis/anvisa/2010/rdc0024_15_06_2010.html>.
- 224 Carvalho CMP, Johns P, Albiero M, Martins APB, Mais LA, Ralston R *et al.* "Private and personal": Corporate political activity, informal governance, and the undermining of marketing regulation in Brazil. *Global Public Health*, (2021). Disponível em: DOI: 10.1080/17441692.2021.1988128.
- Martins APB (Org.) Publicidade de alimentos não saudáveis: os entraves e as perspectivas de regulação no Brasil. Instituto Brasileiro de Defesa do Consumidor. *Cadernos Idec - Série Alimentos - Volume 2.* [Internet] São Paulo: Idec, 2014. Disponível em: <<http://www.idec.org.br/uploads/publicacoes/publicacoes/publicidade-alimentos-nao-saudaveis.pdf>>.
- 225 Propmark. Entidades reagem à recomendação da AGU. Notícias, 18 de jul 2010. Disponível em: <<https://propmark.com.br/entidades-reagem-a-recomendacao-da-agu/>>
- 226 Bernardes, J. Pressão empresarial susta norma de publicidade de alimentos. Agência USP de notícias. 24 de out 2012. Disponível em: <<https://criancaconsumo.org.br/wp-content/uploads/2014/02/117378083-Pressao-empresarial-susta-norma-de-publicidade-de-alimentos-Agencia-USP-de-Noticias.pdf>>.
- 227 Justiça Federal [Internet]. Anvisa não tem competência para regulamentar propaganda e publicidade comercial; 25 mar 2013 Disponível em: <<http://www.jf.gov.br/cjf/outras-noticias/2013/fevereiro/anvisa-nao-tem-competencia-para-regulamentar-propaganda-e-publicidade-comercial>>.
- 228 Léllis, L. Anvisa não pode autuar empresas por propaganda. Consultório Jurídico, 23 de fev 2013. [internet] Disponível em: <<https://www.conjur.com.br/2013-fev-23/justica-proibe-anvisa-autuar-empresas-propaganda-alimentos>>
- 229 Baird MF. O lobby na regulação da publicidade de alimentos da Agência Nacional de Vigilância Sanitária. *Rev. Sociol. Polit.* 2016;24(57):67-91. Disponível em: <<https://doi.org/10.1590/1678-987316245706>>.

- 230 Martins APB (Org.) Publicidade de alimentos não saudáveis: os entraves e as perspectivas de regulação no Brasil. Instituto Brasileiro de Defesa do Consumidor. Cadernos Idec – Série Alimentos - Volume 2. [Internet] São Paulo: Idec, 2014. Disponível em: <<http://www.idec.org.br/uploads/publicacoes/publicacoes/publicidade-alimentos-nao-saudaveis.pdf>>.
- 231 Formenti L. Zanin: Anvisa pode regular advertência em propaganda de alimentos ricos em açúcar. Jota. 29 de mai de 2024. Disponível em: <<https://www.jota.info/tributos-e-empresas/saude/zanin-anvisa-pode-regular-advertencia-em-propaganda-de-alimentos-ricos-em-acucar-29052024?non-beta=1>>.
- 232 Martins APB (Org.) Publicidade de alimentos não saudáveis: os entraves e as perspectivas de regulação no Brasil. Instituto Brasileiro de Defesa do Consumidor. Cadernos Idec – Série Alimentos - Volume 2. [Internet] São Paulo: Idec, 2014. Disponível em: <<http://www.idec.org.br/uploads/publicacoes/publicacoes/publicidade-alimentos-nao-saudaveis.pdf>>.
- 233 Propmark. Entidades reagem à recomendação da AGU. Notícias. 14 de jul de 2010. Disponível em: <<https://propmark.com.br/entidades-reagem-a-recomendacao-da-agu/>>.
- 234 Advocacia Geral da União (AGU). Parecer da AGU confirma legalidade de resolução da Anvisa que disciplina propaganda de alimentos nocivos à saúde. 27 de jul 2023 [internet]. Disponível em: <<https://www.gov.br/agu/pt-br/comunicacao/noticias/parecer-da-agu-confirma-legalidade-de-resolucao-da-anvisa-que-disciplina-propaganda-de-alimentos-nocivos-a-saude/PARECERN000162021CONSUNIAOC-GUAGU.pdf/view>>.
- 235 Advocacia-Geral da União (AGU), Consultoria-Geral da União (CGU). PARECER n. 00016/2021/CONSUNIAO/CGU/AGU. [internet] Disponível em: <<https://www.gov.br/agu/pt-br/comunicacao/noticias/parecer-da-agu-confirma-legalidade-de-resolucao-da-anvisa-que-disciplina-propaganda-de-alimentos-nocivos-a-saude/PARECERN000162021CONSUNIAOC-GUAGU.pdf/view>>.
- 236 Martins APB (Org.) Publicidade de alimentos não saudáveis: os entraves e as perspectivas de regulação no Brasil. Instituto Brasileiro de Defesa do Consumidor. Cadernos Idec – Série Alimentos - Volume 2. [Internet] São Paulo: Idec, 2014. Disponível em: <<http://www.idec.org.br/uploads/publicacoes/publicacoes/publicidade-alimentos-nao-saudaveis.pdf>>.
- 237 Adaptado de Ulucanlar S, Lauber K, Fabbri A *et al.* Corporate political activity: taxonomies and model of corporate influence on public policy. *International Journal of Health Policy and Management*, 2023; 12(Issue 1): 1-22. Disponível em: <https://www.ijhpm.com/article_4440.html>.
- 238 Baird MF. O lobby na regulação da publicidade de alimentos da Agência Nacional de Vigilância Sanitária. *Rev. Sociol. Polit.* 2016;24(57):67-91. Disponível em: <<https://doi.org/10.1590/1678-987316245706>>.
- 239 Martins APB (Org.) Publicidade de alimentos não saudáveis: os entraves e as perspectivas de regulação no Brasil. Instituto Brasileiro de Defesa do Consumidor. Cadernos Idec – Série Alimentos - Volume 2. [Internet] São Paulo: Idec, 2014. Disponível em: <<http://www.idec.org.br/uploads/publicacoes/publicacoes/publicidade-alimentos-nao-saudaveis.pdf>>.

- 240 Bernardes J. Pressão empresarial susta norma de publicidade de alimentos. Agência USP de notícias. 24 de out 2012. Disponível em: <<https://criancaeconsumo.org.br/wp-content/uploads/2014/02/117378083-Pres-sao-empresarial-susta-norma-de-publicidade-de-alimentos-Agencia-USP-de-Noticias.pdf>>
- 241 Propmark. Entidades reagem à recomendação da AGU. Notícias, 18 de jul 2010. Disponível em: <<https://propmark.com.br/entidades-reagem-a-recomendacao-da-agu/>>.
- 242 Léllis, L. Anvisa não pode autuar empresas por propaganda. Consultório Jurídico, 23 de fev 2013. [internet] Disponível em: <<https://www.conjur.com.br/2013-fev-23/justica-proibe-anvisa-autuar-empresas-propaganda-alimentos>>
- 243 Baird MF. O lobby na regulação da publicidade de alimentos da Agência Nacional de Vigilância Sanitária. *Rev. Sociol. Polit.* 2016;24(57):67-91. Disponível em: <<https://doi.org/10.1590/1678-987316245706>>.
- 244 Evin T. Abia tem nova vitória contra RDC Nº 24. PropMark, 15 Dez 2010. [Internet] Disponível em: <<https://propmark.com.br/abia-tem-nova-vitoria-contra-rdc-no-24/>>.
- 245 Baird MF. O lobby na regulação da publicidade de alimentos da Agência Nacional de Vigilância Sanitária. *Rev. Sociol. Polit.* 2016;24(57):67-91. Disponível em: <<https://doi.org/10.1590/1678-987316245706>>.
- 246 Baird MF. O lobby na regulação da publicidade de alimentos da Agência Nacional de Vigilância Sanitária. *Rev. Sociol. Polit.* 2016;24(57):67-91. Disponível em: <<https://doi.org/10.1590/1678-987316245706>>.
- 247 Evin T. Abia tem nova vitória contra RDC Nº 24. PropMark, 15 Dez 2010. [Internet] Disponível em: <<https://propmark.com.br/abia-tem-nova-vitoria-contra-rdc-no-24/>>.
- 248 Léllis L. Anvisa não pode autuar empresas por propaganda. Consultório Jurídico, 23 de fev 2013. [internet] Disponível em: <<https://www.conjur.com.br/2013-fev-23/justica-proibe-anvisa-autuar-empresas-propaganda-alimentos>>.
- 249 Léllis L. Anvisa não pode autuar empresas por propaganda. Consultório Jurídico, 23 de fev 2013. [internet] Disponível em: <<https://www.conjur.com.br/2013-fev-23/justica-proibe-anvisa-autuar-empresas-propaganda-alimentos>>.
- 250 Instituto Desiderata. Ficha técnica PL 1.662. Disponível em: <<https://desiderata.org.br/project/ficha-tecnica-pl-1-662-2019>>.
- 251 Askari M, Heshmati J, Shahinfar H, Tripathi N, Daneshzad E. Ultra-processed food and the risk of overweight and obesity: a systematic review and meta-analysis of observational studies. *Int J Obes (Lond)*. 2020;44(10):2080-2091. Disponível em: <<https://doi.org/10.1038/s41366-020-00650-z>>.
- 252 Pagliai G, Dinu M, Madarena MP, Bonaccio M, Iacoviello L, Sofi F. Consumption of ultra-processed foods and health status: a systematic review and meta-analysis. *Br J Nutr*. 2021;125(3):308-318. Disponível em: <<https://doi.org/10.1017/S0007114520002688>>.
- 253 Lane MM, Davis JA, Beattie S, et al. Ultra-processed food and chronic noncommunicable diseases: a systematic review and meta-analysis of 43 observational studies. *Obes Rev*. 2021;22(3):e13146. Disponível em: <<https://doi.org/10.1111/obr.13146>>.

- 254 Instituto Desiderata. Ficha técnica PL 1.662. Disponível em: <<https://desiderata.org.br/project/ficha-tecnica-pl-1-662-2019>>.
- 255 Instituto Desiderata. Ficha técnica PL 1.662. Disponível em: <<https://desiderata.org.br/project/ficha-tecnica-pl-1-662-2019>>.
- 256 Associação Brasileira da Indústria de Alimentos (ABIA), Associação Brasileira da Indústria de Chocolates, Amendoim e Balas (ABICAB), Associação Brasileira das Indústrias de Refrigerantes e de Bebidas Não Alcoólicas (ABIR), Associação de Supermercados do Estado do Rio de Janeiro (ASSERJ), Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo do Estado do Rio de Janeiro (Fecomércio-RJ), Associação de Indústrias do Estado do Rio de Janeiro (Rio Indústria), Sindicato de Bares e Restaurantes do Rio de Janeiro (SindRio). Correspondência. Brasília, 12 de agosto de 2021. Ref.: Projeto de Lei nº 1662/2019 - Combate à Obesidade Infantil. Destinatário: Vereador Carlo Caiado, Presidente da Câmara Municipal do Rio de Janeiro. Disponível em <<https://opara.nyc3.cdn.digitaloceanspaces.com/ojoio/uploads/2022/04/Projeto-de-Lei-n.-1.662.pdf>>
- 257 Lei Municipal nº 7.987. Institui ações de combate à obesidade infantil. Rio de Janeiro, 11 de julho de 2023.
- 258 Projeto de Lei nº 1662-A de 2019. Câmara Municipal do Rio de Janeiro; 2019.
- 259 Costa M. Lobby da indústria tenta minar a proibição a ultraprocessados nas cantinas do Rio. O Joio e O Trigo, 11 de abril de 2022. Disponível em: <<https://ojoio-eotrigo.com.br/2022/04/lobby-da-industria-tenta-minar-proibicao-a-ultraprocessados-nas-cantinas-do-rio/>>.
- 260 Ministério da Saúde (BR). Vigitel Brasil 2019: Vigilância de Fatores de Risco e Proteção para Doenças Crônicas por Inquérito Telefônico. Brasília: Ministério da Saúde; 2020.
- 261 ACT Promoção da Saúde e Instituto de Defesa de Consumidores. Dossiê Big Food: Como a indústria interfere em políticas de alimentação. 2022. Disponível em: <https://actbr.org.br/uploads/arquivos/DOSSIE-BIG-FOOD_Como-a-industria-interfere-em-politicas-de-alimentacao_ACT_IDEC_2022.pdf>.
- 262 Ministério da Saúde (BR). Vigitel Brasil 2019: Vigilância de Fatores de Risco e Proteção para Doenças Crônicas por Inquérito Telefônico. Brasília: Ministério da Saúde; 2020.
- 263 Costa M. Lobby da indústria tenta minar a proibição a ultraprocessados nas cantinas do Rio. O Joio e O Trigo, 11 de abril de 2022. Disponível em: <<https://ojoio-eotrigo.com.br/2022/04/lobby-da-industria-tenta-minar-proibicao-a-ultraprocessados-nas-cantinas-do-rio/>>.
- 264 @rafaelaloisiodereitas. 2022. Obesidade infantil. [Instagram] Disponível em: <https://www.instagram.com/p/Cbu8npyOFtY/?utm_source=ig_embed&ig_rid=804f705b-a7cd-4996-951a-2d48974718b9>
- 265 Conexão Fluminense. Lei proíbe alimentos ultraprocessados em escolas da capital. Disponível em: <<https://conexaofluminense.com.br/capital-lei-alimentos-ultraprocessados>>. Publicado em 16 de junho de 2023.
- 266 Instituto Desiderata. Ficha técnica PL 1.662. Disponível em: <<https://desiderata.org.br/project/ficha-tecnica-pl-1-662-2019>>
- 267 Instituto Desiderata. Nota Técnica - Argumentos técnicos em defesa do Projeto de Lei nº 1.662/2019. Disponível em: <<https://desiderata.org.br/project/nota-tecnica-argumentos-tecnicos-em-defesa-do-projeto-de-lei-no-1-662-2019/>>.

- 268 Instituto de Estudos para Políticas de Saúde (IEPS); Instituto Desiderata. Nota Técnica: Análise de mudança regulatória da política de alimentação escolar no município do Rio de Janeiro. Disponível em: <<https://desiderata.org.br/project/ficha-tecnica-pl-1-662-2019/>>.
- 269 PL 1662/2019: Tirania Alimentar. Documento distribuído na Câmara dos Vereadores da cidade do Rio de Janeiro. Agosto de 2022.
- 270 Costa, M. Lobby da indústria tenta minar proibição a ultraprocessados nas cantinas do Rio. O Joio e o Trigo. São Paulo: 11 abr 2022. Disponível em <<https://ojoio-eotrigo.com.br/2022/04/lobby-da-industria-tenta-minar-proibicao-a-ultraprocessados-nas-cantinas-do-rio/>>.
- 271 Projeto de Lei nº 0095/2022. Altera a lei de nº 2659, de 19 de novembro de 2009, proíbe a comercialização, a aquisição, a confecção, a distribuição e a publicidade de produtos que contribuem para a obesidade infantil e dá outras providências. Câmara Municipal de Niterói. Autor(Es): Verônica Lima e Daniel Marques. 29 de junho de 2022.
- 272 Projeto de Lei nº 4198/2021. Dispõe sobre a utilização e comercialização de alimentos ultraprocessados nas cantinas e demais locais de venda de produtos e alimentos nas escolas públicas e privadas do Estado do Rio de Janeiro. Assembléia Legislativa do Rio de Janeiro. Autor(es): Deputado Lucinha. 19 de maio de 2021.
- 273 Projeto de Lei nº 618/2023. Ficam proibidas a venda e a oferta de bebidas e alimentos ultraprocessados nas escolas públicas e privadas de ensino infantil e fundamental, estabelecidas no Estado do Espírito Santo. Assembléia Legislativa do Espírito Santo. Autor(es): Camila Valadão. 18 de julho de 2023.
- 274 Projeto de Lei nº 996/2023. Proíbe a comercialização e distribuição de alimentos ultraprocessados e de bebidas açucaradas nas unidades escolares do Estado. Autor(es): Enio Tatto, Marina Helou, Edmir Chedid. 20 de junho de 2023.
- 275 Projeto de Lei nº 4.501/2020. Dispõe sobre a comercialização, propaganda, publicidade e promoção comercial de alimentos e bebidas ultraprocessados e uso de frituras e gordura trans em escolas públicas e privadas, em âmbito nacional. Autor(es): Jaques Wagner. 04 de setembro de 2020.
- 276 Fundação Oswaldo Cruz (Fiocruz); Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ). Comercialização de Alimentos e Bebidas em Cidades Brasileiras (Caeb). Disponível em: <<https://estudocaeb.nutricao.ufrj.br/index.html>>.
- 277 Lei Estadual nº 15.216. Dispõe sobre a promoção da alimentação saudável e proíbe a comercialização de produtos que colaborem para a obesidade, diabetes, hipertensão, em cantinas e similares instalados em escolas públicas e privadas do Estado do Rio Grande do Sul. 30 de julho de 2018.
- 278 Almeida, P. CNN Brasil. Fiocruz mapeia venda de alimentos saudáveis em escolas do país. Rio de Janeiro, 31 de outubro de 2022. Disponível em <<https://www.cnnbrasil.com.br/saude/fiocruz-mapeia-venda-de-alimentos-saudaveis-em-escolas-do-pais/>>.
- 279 Fundação Oswaldo Cruz (Fiocruz); Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ). Comercialização de Alimentos e Bebidas em Cidades Brasileiras (Caeb) - Sumário Executivo. Rio de Janeiro, 2024.
- 280 Moraes V; Mattos R. e Albiero M. Identificar, prevenir e enfrentar conflitos de interesse e a interferência da indústria de ultraprocessados na alimentação escolar. in: Dossiê ÓAÉ 2023-2024: Diversidades e desigualdades na alimentação escolar. Disponível em: <<https://alimentacaoescolar.org.br/acervo/dossie-oae-2023-2024-diversidades-e-desigualdades-na-alimentacao-escolar/>>.

- 281 Adaptado de Ulucanlar S, Lauber K, Fabbri A *et al.* Corporate political activity: taxonomies and model of corporate influence on public policy. *International Journal of Health Policy and Management*, 2023; 12(Issue 1): 1-22. Disponível em: <https://www.ijhpm.com/article_4440.html>.
- 282 Associação Brasileira da Indústria de Alimentos (ABIA), Associação Brasileira da Indústria de Chocolates, Amendoim e Balas (ABICAB), Associação Brasileira das Indústrias de Refrigerantes e de Bebidas Não Alcoólicas (ABIR), Associação de Supermercados do Estado do Rio de Janeiro (ASSERJ), Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo do Estado do Rio de Janeiro (Fecomércio-RJ), Associação de Indústrias do Estado do Rio de Janeiro (Rio Indústria), Sindicato de Bares e Restaurantes do Rio de Janeiro (SindRio). Correspondência. Brasília, 12 de agosto de 2021. Ref.: Projeto de Lei nº 1662/2019 - Combate à Obesidade Infantil. Destinatário: Vereador Carlo Caiado, Presidente da Câmara Municipal do Rio de Janeiro. Disponível em <<https://opara.nyc3.cdn.digitaloceanspaces.com/ojoio/uploads/2022/04/Projeto-de-Lei-n.-1.662.pdf>>.
- 283 Costa, M. Lobby da indústria tenta minar proibição a ultraprocessados nas cantinas do Rio. O Joio e o Trigo. São Paulo: 11 abr 2022. Disponível em <<https://ojoio-eotrigo.com.br/2022/04/lobby-da-industria-tenta-minar-proibicao-a-ultraprocessados-nas-cantinas-do-rio/>>.
- 284 @rafaelaloisiodereitas. 2022. Obesidade infantil. [Instagram] Disponível em: <https://www.instagram.com/p/Cbu8npyOFtY/?utm_source=ig_embed&ig_rid=804f705b-a7cd-4996-951a-2d48974718b9>.
- 285 Jayo Martin, Tavares Lima A. Comodificação toponímica e a cidade neoliberal: sobre a venda de direitos de nomeação (naming rights) das estações do metrô de São Paulo. 2021.
- 286 Prefeitura do Município de São Paulo. Lei nº 14.223, 2006. Legislação Municipal. 2006. Disponível em: <https://legislacao.prefeitura.sp.gov.br/leis/lei-14223-de-26-de-setembro-de-2006>.
- 287 Ministério Público de São Paulo (MP-SP). Lei Cidade Limpa. Disponível em: <https://www.mpsp.mp.br/portal/page/portal/Cartilhas/Lei%20Cidade%20Limpa.pdf>.
- 288 Globo Esporte. Athletico oficializa venda do naming rights da Arena da Baixada; contrato é de 15 anos. Disponível em: <<https://ge.globo.com/pr/futebol/times/athletico-pr/noticia/2023/06/22/athletico-oficializa-venda-do-naming-rights-da-arena-da-baixada-contrato-e-de-15-anos.ghtml>>
- 289 Globo Esporte. Pesquisa com mais de 620 mil votos define o nome da Arena Palestra Itália. 2013. Disponível em: <<https://ge.globo.com/futebol/times/palmeiras/noticia/2013/06/pesquisa-com-mais-de-620-mil-votos-define-nome-da-arena-palestra-italia.html>>.
- 290 G1 Globo. Pacaembu vende naming rights por R\$ 1 bilhão e estádio passará a se chamar Mercado Livre Arena. 2024. Disponível em: <<https://g1.globo.com/sp/sao-paulo/noticia/2024/01/31/pacaembu-vende-naming-rights-por-r-1-bilhao-e-estadio-passara-a-se-chamar-mercado-livre-arena.ghtml>>.
- 291 ESPN. Clientes pressionam e Allianz já cogita nomear estádio como Palestra. 2013. Disponível em: <http://www.espn.com.br/noticia/327649_clientes-pressionam-e-allianz-ja-cogita-nomear-estadio-como-palestra>.
- 292 UOL Esporte. Naming rights: Palmeiras e São Paulo se equivalem e superam Corinthians. 2023 Disponível em: <<https://www.uol.com.br/esporte/futebol/ultimas-noticias/2023/12/27/naming-rights-palmeiras-e-sao-paulo-se-equivalem-e-superam-corinthians.htm>>.

- 293 Terra. Naming rights viram tendência no futebol brasileiro. 2023. Disponível em: <<https://www.terra.com.br/noticias/naming-rights-viram-tendencia-no-futebol-brasileiro,e2b78d58d6718d1dea9e-26f56171c80de8j7tzyn.html>>.
- 294 Repórter Brasil. Chocolate com trabalho escravo: as violações trabalhistas na indústria do cacau no Brasil. 2020. Disponível em: <<https://reporterbrasil.org.br/2020/08/chocolate-com-trabalho-escravo-as-violacoes-trabalhistas-na-industria-do-cacau-no-brasil/>>.
- 295 Folha de S.Paulo. Ação nos EUA liga indústria do chocolate a trabalho infantil na África. 2021. Disponível em: <<https://www1.folha.uol.com.br/mundo/2021/02/acao-nos-eua-liga-industria-do-chocolate-a-trabalho-infantil-na-africa.shtml>>.
- 296 Brasil de Fato. Trabalho infantil na produção de chocolate. 2019. Disponível em: <<https://www.brasildefato.com.br/2019/11/26/trabalho-infantil-na-producao-de-chocolate>>.
- 297 Agência Nacional de Vigilância Sanitária (Anvisa). Resolução da Diretoria Colegiada (RDC) nº 429, de 8 de outubro de 2020. Dispõe sobre a rotulagem nutricional dos alimentos embalados. Brasília: Anvisa; 2020. [acesso em 22 jan 2024] Disponível em: <http://antigo.anvisa.gov.br/documents/10181/3882585/RDC_429_2020_.pdf/9dc15f3a-db4c-4d3f-90d8-ef4b80537380>.
- 298 Instituto de Defesa de Consumidores (Idec). A pedido do Idec, Justiça determina que indústria se adeque ao selo da lupa. Disponível em: <<https://idec.org.br/noticia/pedido-do-idec-justica-determina-que-industria-se-adeque-ao-selo-da-lupa>>
- 299 G1. A febre dos naming rights: por que empresas gastam bilhões para dar nomes a estádios e casas de show. 2024. Disponível em: <<https://g1.globo.com/economia/midia-e-marketing/noticia/2024/03/23/a-febre-dos-naming-rights-por-que-empresas-gastam-bilhoes-para-dar-nomes-a-estadios-e-casas-de-show.ghtml>>.
- 300 Nexo Jornal. Só um nome? A concessão de 'naming rights' do metrô de SP. 2021. Disponível em: <<https://www.nexojornal.com.br/ensaio/2021/S%C3%B3-um-nome-A-concess%C3%A3o-de-%E2%80%99naming-rights%E2%80%99-do-metr%C3%B4-de-SP>>.
- 301 O Joio e O Trigo. Pagou, levou: a controversa venda dos nomes das estações de metrô em São Paulo e no Rio. 2022. Disponível em: <<https://ojoioetrigo.com.br/2022/11/pagou-levou-a-controversa-venda-dos-nomes-das-estacoes-de-metro-em-sao-paulo-e-no-rio/>>.
- 302 Secretaria de Estado da Fazenda. Pesquisa Processual. Processo: SEI-220008/000036/2021. Tipo Regulatório: Concessionária MetrôRio. Disponível em: <https://sei.rj.gov.br/sei/modulos/pesquisa/md_pesq_processo_exibir.php?IC2o8Z7ACQH4LdQ4jJL-JzjPBiLtP6I2FsQacIlhUf-duzEubalut9y-vd8-CzYYNLU7pd-wiM0k633-D6khh-QNVhZ3ERLkEd8cCgHlISQzFKw5m-TahvJHosnejS69Gbl>
- 303 Valor Investe. Coca-Cola registra lucro líquido de US\$ 3,08 bi no 3º tri; alta de 9 pontos percentuais na comparação anual. 2023. Disponível em: <<https://valorinveste.globo.com/mercados/renda-variavel/empresas/noticia/2023/10/24/coca-cola-registra-lucro-liquido-de-us-308-bi-no-3-tri-alta-de-9-pontos-percentuais-na-comparao-anual.ghtml>>.

- 304 Brasil de Fato. Agência reguladora autoriza, e tarifa de metrô do Rio sobe para R\$ 6,80 a partir deste sábado.2022. Disponível em: <<https://www.brasildefato.com.br/2022/04/01/agencia-reguladora-autoriza-e-tarifa-de-metro-do-rio-sobe-para-r-6-80-a-partir-deste-sabado>>.
- 305 Aliança pela Alimentação Adequada e Saudável. Manifesto para tirar a Coca-Cola do nome da estação de metrô Botafogo: assine também. Disponível em: <<https://alimentacaosaudavel.org.br/blog/manifesto-para-tirar-a-coca-cola-do-nome-da-estacao-de-metro-botafogo-assine-tambem/9655/>>.
- 306 Labcidade FAUUSP. A Cidade é Nossa com Raquel Rolnik #45: Botafogo vira Coca-Cola e Bom Retiro, Korea Town? 2021. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=L-b2qIHxv2E>>.
- 307 Jornal da Universidade de São Paulo. Estações do metrô com nomes de produtos dão margem a controvérsias. Jornal da Universidade de São Paulo. 2021. Disponível em: <<https://jornal.usp.br/radio-usp/estacoes-do-metro-com-nomes-de-produtos-dao-margem-a-controversias/>>.
- 308 Meier R. Veja como o Metrô pretende vender os 'naming rights' das suas estações. Metrô CTPM [internet] 18 de fev. de 2021. Disponível em: <<https://www.metrocptm.com.br/veja-como-o-metro-pretende-vender-os-naming-rights-das-suas-estacoes/>>
- 309 G1 Globo. Metrô de SP abre licitação para empresas que quiserem acrescentar sua marca a nomes de seis estações. 2021. Disponível em: <<https://g1.globo.com/sp/sao-paulo/noticia/2021/05/11/metro-de-sp-abre-licitacao-para-empresas-que-quiserem-acrescentar-sua-marca-a-nomes-de-seis-estacoes.ghtml>>.
- 310 Metrô de São Paulo. Naming Rights. Metrô de São Paulo. Disponível em: <<https://www.metro.sp.gov.br/negocios/naming-rights/#:~:text=Nova%20modalidade%20de%20associa%C3%A7%C3%A3o%20entre,esta%C3%A7%C3%B5es%20como%20um%20%E2%80%9Csobrenome%E2%80%9D>>.
- 311 G1 Globo. MP denuncia por racismo dupla que abordou homem negro que tirou a roupa para provar que não furtou em mercado de Limeira. 2022. Disponível em: <<https://g1.globo.com/sp/piracicaba-regiao/noticia/2022/11/30/mp-denuncia-por-racismo-dupla-que-abordou-homem-negro-que-tirou-a-roupa-para-provar-que-nao-furtou-em-mercado-de-limeira.ghtml>>.
- 312 Olhar Jurídico. MPT denuncia Assaí Atacadista por humilhar e perseguir empregados e pede R\$ 3 milhões de indenização. Disponível em: <<https://www.olharjuridico.com.br/noticias/exibir.asp?id=37224¬icia=mpt-denuncia-assa-atacadista-por-humilhar-e-perseguir-empregados-e-pede-r-3-milhoes-de-indenizacao>>.
- 313 Rose-Redwood, R.; SotoudeHnia, M.; Tretter, E. Turn your Brand into a Destination: Toponymic Commodification and the Branding of Place in Dubai and Winnipeg. Urban Geography, 2019. Disponível em: <<https://doi.org/10.1080/02723638.2018.1511191>>.
- 314 UOL. Concessão de parques: Ibirapuera vai ganhar R\$ 158 mi, mas usuários temem 'privatização'. 2021. Disponível em: <<https://noticias.uol.com.br/meio-ambiente/ultimas-noticias/redacao/2021/10/03/concessao-parques-ibirapuera-construcap-frequentadores-melhora.htm>>.
- 315 Fernandes, A. D. & Nascimento, L. Q. 2020. A exploração econômica de bens públicos por meio da cessão onerosa de naming rights. Revista Jurídica Da FA7.

- 316 Carta Capital. Justiça de São Paulo suspende lei que permitia vender naming rights de escolas e hospitais. 2023. Disponível em: <<https://www.cartacapital.com.br/justica/justica-de-sao-paulo-suspende-lei-que-permitia-vender-naming-rights-de-escolas-e-hospitais/>>.
- 317 A Publica. Cemitérios privatizados de SP cobram até dez vezes mais para reenterrar mortos da Covid. A Publica.2024 Disponível em: <<https://apublica.org/2024/03/cemiterios-privatizados-de-sp-cobram-ate-dez-vezes-mais-para-reenterrar-mortos-da-covid/>>. Acesso em 26 mar 2024.
- 318 Simas LA. O corpo encantado das ruas. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira; 2019.
- 319 Adaptado de Ulucanlar S, Lauber K, Fabbri A *et al.* Corporate political activity: taxonomies and model of corporate influence on public policy. *International Journal of Health Policy and Management*, 2023; 12(Issue 1): 1-22. Disponível em: <https://www.ijhpm.com/article_4440.html>.
- 320 G1. A febre dos naming rights: por que empresas gastam bilhões para dar nomes a estádios e casas de show. 2024. Disponível em: <<https://g1.globo.com/economia/midia-e-marketing/noticia/2024/03/23/a-febre-dos-naming-rights-por-que-empresas-gastam-bilhoes-para-dar-nomes-a-estadios-e-casas-de-show.ghtml>>.
- 321 Fernandes, A. D., & Nascimento, L. Q. 2020. A exploração econômica de bens públicos por meio da cessão onerosa de naming rights. *Revista Jurídica Da FA7*.
- 322 G1 Globo. Metrô de SP abre licitação para empresas que quiserem acrescentar sua marca a nomes de seis estações. 2021. Disponível em: <https://g1.globo.com/sp/sao-paulo/noticia/2021/05/11/metro-de-sp-abre-licitacao-para-empresas-que-quiserem-acrescentar-sua-marca-a-nomes-de-seis-estacoes.ghtml>
- 323 Carta Capital. Justiça de São Paulo suspende lei que permitia vender naming rights de escolas e hospitais. 2023; Disponível em: <<https://www.cartacapital.com.br/justica/justica-de-sao-paulo-suspende-lei-que-permitia-vender-naming-rights-de-escolas-e-hospitais/>>.
- 324 ACT Promoção da Saúde. Atualização sobre o caso metrô Botafogo Coca-Cola. Disponível em: <<https://actbr.org.br/post/atualizacao-sobre-o-caso-metro-botafogo-cocacola/19498>>.
- 325 O Joio e O Trigo. Pagou, levou: a controversa venda dos nomes das estações de metrô em São Paulo e no Rio. 2022. Disponível em: <<https://ojoioetrigo.com.br/2022/11/pagou-levou-a-controversa-venda-dos-nomes-das-estacoes-de-metro-em-sao-paulo-e-no-rio>>.
- 326 de Mello, M. Congresso da Colômbia aprova reforma tributária proposta pelo governo Petro. Brasil de Fato, 04 de nov de 2022. Disponível em: <<https://www.brasildefato.com.br/2022/11/04/congresso-da-colombia-aprova-reforma-tributaria-proposta-pelo-governo-petro>>.
- 327 ACT Promoção da Saúde. Tributação de Bebidas e Alimentos Não Saudáveis no Mundo. 2021. Disponível em: <https://evidencias.tributosaudavel.org.br/wp-content/themes/act-theme/LO_ACT_EXP-INT_Rev-03.pdf>.
- 328 Lee MM, Falbe J, Schillinger D *et al.* SugarSweetened Beverage Consumption 3 Years After the Berkeley, California, SugarSweetened Beverage Tax. *Am J Public Health*, 2019. Disponível em: <<https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/30789776>>.

- 329 Bloomberg Philanthropies. Task Force on Fiscal Policy for Health. Health Taxes to Save Lives: Employing Effective Excise Taxes on Tobacco, Alcohol, and Sugary Beverages. 2019. Disponível em: <<https://www.bloomberg.org/public-health/building-public-health-coalitions/task-force-on-fiscal-policy-for-health/>>.
- 330 ACT Promoção da Saúde. Tributação de Bebidas e Alimentos Não Saudáveis no Mundo. 2021. Disponível em: <https://evidencias.tributosaudavel.org.br/wp-content/themes/act-theme/LO_ACT_EXP-INT_Rev-03.pdf>.
- 331 Costa M. Coca-Cola na Bahia tem R\$ 540 mi de isenção tributária. O Joio e o Trigo, 20 de jul de 2021. Disponível em: <<https://ojoioeotrigo.com.br/2021/07/coca-cola-bahia-tem-540-mi-isencao-tributaria>>.
- 332 Câmara dos Deputados. Reforma tributária é promulgada pelo Congresso; Lira prevê a geração de milhares de empregos. Câmara dos Deputados, 2023. Disponível em: <<https://www.camara.leg.br/noticias/1028443-reforma-tributaria-e-promulgada-pelo-congresso-lira-preve-a-geracao-de-milhares-de-empregos/>>.
- 333 Agência Brasil. Lula regulamenta cozinhas solidárias e composição da nova cesta básica. 2024. Disponível em: <<https://agenciagov.ebc.com.br/noticias/202403/ao-vivo-lula-regulamenta-cozinhas-solidarias-e-composicao-da-nova-cesta-basica>>.
- 334 ACT Promoção da Saúde e Instituto de Defesa de Consumidores. Dossiê Big Food: Como a indústria interfere em políticas de alimentação. 2022. Disponível em: <https://actbr.org.br/uploads/arquivos/DOSSIE-BIG-FOOD_Como-a-industria-interfere-em-politicas-de-alimentacao_ACT_IDEC_2022.pdf>.
- 335 Fundação Getúlio Vargas (FGV). Obesidade e Consumo das famílias brasileiras: Diagnóstico e implicações para políticas públicas. 2022. Disponível em: <<https://repositorio.fgv.br/items/ade66c0f-8da8-414f-bdea-907dab18faa7>>.
- 336 Melito L. Obesidade: indústria comemora estudo polêmico que, uma vez mais, tira o foco do papel da alimentação. O Joio e O Trigo. Publicado em 17 de mai de 2023. Disponível em: <<https://ojoioeotrigo.com.br/2023/05/estudo-polemico-que-uma-vez-mais-tira-o-foco-do-papel-da-alimentacao/>> .
- 337 Hassan B, Pinho M, Moraes V. Conflitos de interesse e pesquisas da FGV. monitorACT | Edição 18. 22 de jun de 2023. Disponível em: <<https://actbr.org.br/post/monitoract-edicao-18/19556/>>.
- 338 Wiziack J. Supermercados levam pedido a Alckmin para cortar tributo de alimento. Folha, 13 de abr. de 2024. Disponível em: <<https://www1.folha.uol.com.br/colunas/painelsa/2023/04/supermercados-levam-pedido-a-alcmin-para-cortar-tributo-de-alimento.shtml>>.
- 339 Carvalho AL. Reforma tributária pode elevar em 60% imposto da cesta básica, diz associação. Valor Econômico. 01 de jul de 2023. Disponível em: <<https://valor.globo.com/empresas/noticia/2023/07/01/reforma-tributaria-atual-pode-elevar-em-60-pontos-percentuais-impostos-da-cesta-basica-aponta-associacao-de-supermercados.ghtml>>.
- 340 Poder 360. Associações de alimentos se unem em campanha Carrinho Livre. 19 out de 2023. Disponível em: <<https://www.poder360.com.br/economia/associacoes-de-alimentos-se-unem-em-campanha-carrinho-livre/#:~:text=Defendem%20que%20reforma%20tribut%C3%A1ria%20respeite,afete%20os%20pre%C3%A7os%20no%20supermercado&text=As%20principais%20ind%C3%BAstrias%20de%20alimentos,a%20campanha%20E2%80%9C-Carrinho%20Livre%20E2%80%9D>>.

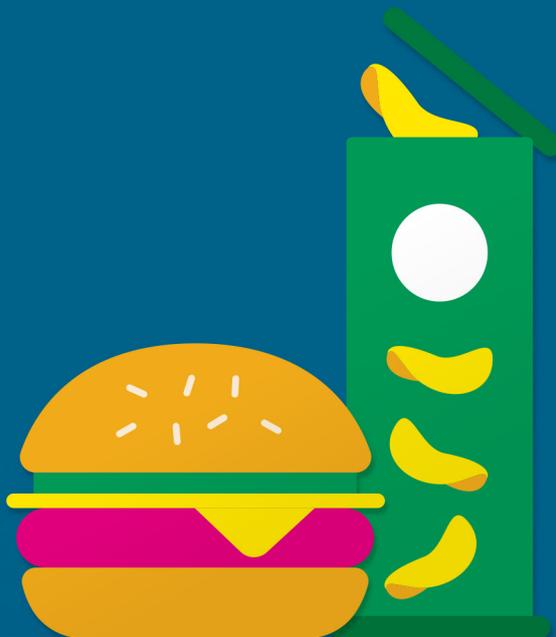
- 341 Exame. Indústria alerta para os efeitos de um possível aumento de imposto sobre alimentos e bebidas. 12 de dez de 2023. Disponível em: <<https://exame.com/bussola/industria-alerta-para-os-efeitos-de-um-possivel-aumento-de-imposto-sobre-alimentos-e-bebidas/>>.
- 342 Poder 360. Aumento de imposto sobre alimentos pode afetar consumo. 2 de dez de 2023. Disponível em: <<https://www.poder360.com.br/conteudo-patrocinado/aumento-de-imposto-sobre-alimentos-pode-afetar-consumo>>.
- 343 Poder 360. Associações de alimentos se unem na campanha “Carrinho Livre”. 19 de out. de 2023. Disponível em: <<https://www.poder360.com.br/economia/associacoes-de-alimentos-se-unem-em-campanha-carrinho-livre>>.
- 344 Askari M, Heshmati J, Shahinfar H, Tripathi N, Daneshzad E. Ultra-processed food and the risk of overweight and obesity: a systematic review and meta-analysis of observational studies. *Int J Obes (Lond)*. 2020;44(10):2080-2091. [acesso em 21 jan 2024] Disponível em: <<https://doi.org/10.1038/s41366-020-00650-z>>.
- 345 Pagliai G, Dinu M, Madarena MP, Bonaccio M, Iacoviello L, Sofi F. Consumption of ultra-processed foods and health status: a systematic review and meta-analysis. *Br J Nutr*. 2021;125(3):308-318. [acesso em 21 jan 2024] Disponível em: <<https://doi.org/10.1017/S0007114520002688>>.
- 346 Lane MM, Davis JA, Beattie S *et al*. Ultra-processed food and chronic noncommunicable diseases: a systematic review and meta-analysis of 43 observational studies. *Obes Rev*. 2021;22(3):e13146. Disponível em: <<https://doi.org/10.1111/obr.13146>>.
- 347 Ministério da Saúde. Guia Alimentar para a População Brasileira - 2ª edição. 2014. Disponível em: <https://bvsm.sau.gov.br/bvs/publicacoes/guia_alimentar_populacao_brasileira_2ed.pdf>.
- 348 Agência Brasil. Lula regulamenta cozinhas solidárias e composição da nova cesta básica. 2024. Disponível em: <<https://agenciagov.ebc.com.br/noticias/202403/ao-vivo-lula-regulamenta-cozinhas-solidarias-e-composicao-da-nova-cesta-basica>>.
- 349 Rios A. Kicis quer derrubar decreto de Lula contra ultraprocessados em cesta. *Metrópoles*, 27 de mar 2024. Disponível em: <<https://www.metropoles.com/distrito-federal/kicis-quer-derrubar-decreto-de-lula-contra-ultraprocessados-em-cesta>>.
- 350 Palmieri Jr. V. Dinâmica e diferenças dos preços dos alimentos saudáveis e ultraprocessados no BrasilACT Promoção da Saúde., 2021. Disponível em: <<https://evidencias.tributosaudavel.org.br/dinamica-precos-alimentos/>>.
- 351 Siqueira A. Indústria de ultraprocessados quer se blindar de impostos obrigando governo a criar uma lei para cada alimento. *The Intercept Brasil* 2024. Disponível em: <<https://www.intercept.com.br/2024/03/04/industria-ultraprocessados-blindar-de-impostos-exigindo-uma-lei-de-para-cada-produto/>>.
- 352 Câmara dos Deputados. Proposição de Tramitação nº 2422069. Disponível em: <<https://www.camara.leg.br/proposicoesWeb/fichadetramitacao?idProposicao=2422069>>.
- 353 Câmara dos Deputados. Projeto de Lei Complementar nº 35 de 2024 Disponível em: <https://www.camara.leg.br/proposicoesWeb/prop_mostrarintegra?codteor=2400190&filename=PLP%2035/2024>.
- 354 Azevedo G. FPA apresenta proposta alternativa para a cesta básica. *Canal Rural*, 26 de mar de 2024. Disponível em: <<https://www.canalrural.com.br/agricultura/fpa-apresenta-proposta-alternativa-para-a-cesta-basica>>.

- 355 Associação Brasileira da Indústria de Alimentos (ABIA). População não quer aumento de impostos sobre alimentos e bebidas, conclui pesquisa. Disponível em: <<https://www.abia.org.br/releases/populacao-nao-quer-aumento-de-impostos-sobre-alimentos-e-bebidas-conclui-pesquisa>>.
- 356 ACT Promoção da Saúde. Propostas para uma Política Tributária de Combate à Fome, Promoção da Saúde e do Meio Ambiente. 2023. Disponível em: <<https://actbr.org.br/uploads/arquivos/PROPOSTAS-PARA-UMA-POLITICA-TRIBUTARIA-DE-COMBATE-A-FOME%2C-PROMOCAO-DA-SAUDE-E-DO-MEIO-AMBIENTE-%28DIGITAL%29%282%29.pdf>>.
- 357 Núcleo de Pesquisas Epidemiológicas em Nutrição e Saúde (Nupens), Universidade de São Paulo (USP). A Classificação NOVA. Disponível em: <<https://www.fsp.usp.br/nupens/a-classificacao-nova/>>.
- 358 Tavares J. Ultra-ataque: pesquisador brasileiro é alvo de transnacionais de alimentos. O Joio e O Trigo. 2017. Disponível em: <<https://ojoioetrigo.com.br/2017/11/ultra-ataque-pesquisador-brasileiro-e-alvo-de-transnacionais-de-alimentos>>.
- 359 ACT Promoção da Saúde e Instituto de Defesa de Consumidores (Idec). Dossiê Big Food: Como a indústria interfere em políticas de alimentação. 2022. Disponível em: <https://actbr.org.br/uploads/arquivos/DOSSIE-BIG-FOOD_Como-a-industria-interfere-em-politicas-de-alimentacao_ACT_IDEC_2022.pdf>.
- 360 Melito L. Obesidade: indústria comemora estudo polêmico que, uma vez mais, tira o foco do papel da alimentação. O Joio e O Trigo. Publicado em 17 de mai de 2023. Disponível em: <<https://ojoioetrigo.com.br/2023/05/estudo-polemico-que-uma-vez-mais-tira-o-foco-do-papel-da-alimentacao>>.
- 361 Aliança pela Alimentação Adequada e Saudável. Posicionamento sobre manifestações da ABIA feitas em Audiência Pública. 22 de mai de 2023. Disponível em: <<https://alimentacaosaudavel.org.br/blog/posicionamento-da-alianca-sobre-manifestacoes-da-industria-de-alimentos-realizadas-em-audiencia-publica/11627>>.
- 362 Fiquem Sabendo. Atuação da indústria alimentícia em agendas sobre a Reforma Tributária no Executivo federal 2023. Disponível em: <<https://fiquemsabendo.com.br/saude/lobby-na-comida-relatorio-analisa-reunioes-do-governo-com-lobistas-da-industria-alimenticia-sobre-reforma-tributaria>>.
- 363 ACT Promoção da Saúde. Análise Receita Federal 2018. Disponível em: <https://actbr.org.br/uploads/arquivos/Analise-Receita-Federal-2018.pdf>.
- 364 O Joio e o Trigo. Coca-Cola é investigada por esquema bilionário para não pagar impostos. 2018. Disponível em: <<https://ojoioetrigo.com.br/2018/12/coca-cola-e-investigada-por-esquema-bilionario-para-nao-pagar-impostos/>>.
- 365 Organização Pan-Americana da Saúde (OPAS). Tributação de bebidas açucaradas é uma das medidas de maior custo-benefício para a saúde. 2021. Disponível em: <<https://www.paho.org/pt/noticias/27-8-2021-tributacao-bebidas-acucaradas-e-uma-das-medidas-maior-custo-beneficio-para-saude>>.
- 366 ACT Promoção da Saúde e Fundação Instituto de Pesquisas Econômicas (FIPE). Impactos econômicos e no consumo com a tributação de bebidas adoçadas. IMPACTOS ECONÔMICOS E NO CONSUMO COM A TRIBUTAÇÃO DE BEBIDAS ADOÇADAS. Disponível em: <<https://actbr.org.br/uploads/arquivos/FACT-SHEET-SOBRE-RELATO%CC%81RIO-FIPE-.pdf>>.

- 367 Associação Brasileira da Indústria de Alimentos (ABIA). Tem Comida Tem Valor. Disponível em: <<https://www.temcomidatemvalor.com.br/>>.
- 368 ACT Promoção da Saúde. Manifesto por uma Reforma Tributária Saudável: Imposto Seletivo para Produtos Ultraprocessados. Disponível em: <<https://actbr.org.br/manifesto-reforma-tributaria-saudavel/>>.
- 369 ACT Promoção da Saúde. Manifesto por uma Reforma Tributária Saudável: Imposto Seletivo para Produtos Ultraprocessados. Disponível em: <<https://actbr.org.br/manifesto-reforma-tributaria-saudavel/>>.
- 370 Folha de São Paulo. Imposto seletivo ajuda a financiar gastos do Estado. 2023. Disponível em: <<https://www1.folha.uol.com.br/opiniaio/2023/10/imposto-seletivo-ajuda-a-financiar-gastos-do-estado.shtml>>.
- 371 Adaptado de Ulucanlar S, Lauber K, Fabbri A *et al*. Corporate political activity: taxonomies and model of corporate influence on public policy. *International Journal of Health Policy and Management*, 2023; 12(Issue 1): 1-22. Disponível em: <https://www.ijhpm.com/article_4440.html>.
- 372 Siqueira A. Indústria de ultraprocessados quer se blindar de impostos obrigando governo a criar uma lei para cada alimento. *The Intercept Brasil* 2024. Disponível em: <<https://www.intercept.com.br/2024/03/04/industria-ultraprocessados-blindar-de-impostos-exigindo-uma-lei-de-para-cada-produto/>>.
- 373 Fiquem Sabendo. Atuação da indústria alimentícia em agendas sobre a Reforma Tributária no Executivo federal 2023. Disponível em: <<https://fiquemsabendo.com.br/saude/lobby-na-comida-relatorio-analisa-reunioes-do-governo-com-lobistas-da-industria-alimenticia-sobre-reforma-tributaria>>.
- 374 Melito L. Obesidade: indústria comemora estudo polêmico que, uma vez mais, tira o foco do papel da alimentação. *O Joio e O Trigo*. Publicado em 17 de maio de 2023. Disponível em: <<https://ojoioeotrigo.com.br/2023/05/estudo-polemico-que-uma-vez-mais-tira-o-foco-do-papel-da-alimentacao>>.
- 375 Poder 360. Associações de alimentos se unem na campanha Carrinho Livre. 19 out de 2023. Disponível em: <[associacoes-de-alimentos-se-unem-em-campanha-carrinho-livre/#:~:text=Defendem%20que%20reforma%20tributaria%20respeite,afete%20os%20preços%20no%20supermercado&text=As%20principais%20indústrias%20](https://www.associacoes-de-alimentos-se-unem-em-campanha-carrinho-livre/#:~:text=Defendem%20que%20reforma%20tributaria%20respeite,afete%20os%20preços%20no%20supermercado&text=As%20principais%20indústrias%20)>.
- 376 Associação Brasileira da Indústria de Alimentos (ABIA). Tem Comida Tem Valor. Disponível em: <<https://www.temcomidatemvalor.com.br/>>.
- 377 Associação Brasileira da Indústria de Alimentos (ABIA). Tem Comida Tem Valor. Disponível em: <<https://www.temcomidatemvalor.com.br/>>.
- 378 Victora CG, Christian P, Vdaletti LP, Gatica-Domínguez G, Menon P, Black RE. Revisiting maternal and child undernutrition in low-income and middle-income countries: variable progress towards an unfinished agenda. *Lancet*. 07 de mar 2021. Disponível em: <[https://doi.org/10.1016/S0140-6736\(21\)00394-9](https://doi.org/10.1016/S0140-6736(21)00394-9)>.
- 379 Horton S, Shekar M, McDonald C, Mahal A, Brooks J. *Scaling up Nutrition: What Will It Cost?* Washington, DC: World Bank; 2010. Disponível em: <<http://dx.doi.org/10.1596/978-0-8213-8077-2>>.
- 380 Scaling Up Nutrition (SUN). About: Who we are. Disponível em: <<https://scalingupnutrition.org/about/who-we-are>>.
- 381 Organização das Nações Unidas (ONU). *Objetivos do Desenvolvimento Sustentável*. Disponível em: <<https://brasil.un.org/pt-br/sdgs>>.

- 382 Lie AL. Power in Global Nutrition Governance: A Critical Analysis of the Establishment of the Scaling Up Nutrition (SUN) Partnership. *Global Governance: A Review of Multilateralism and International Organizations*, 25(2), 277-303. 2019. <<https://doi.org/10.1163/19426720-02502006>>.
- 383 Lie, A. L. (2019). Power in Global Nutrition Governance: A Critical Analysis of the Establishment of the Scaling Up Nutrition (SUN) Partnership. *Global Governance: A Review of Multilateralism and International Organizations*, 25(2), 277-303. <<https://doi.org/10.1163/19426720-02502006>>.
- 384 Scaling Up Nutrition (SUN). About: The SUN movement pooled fund. Disponível em: <<https://scalingupnutrition.org/sun-pooled-fund/about>>.
- 385 Comunidade de Prática América Latina e Caribe Nutrição e Saúde (Colansa). As iniciativas multissetoriais contra a má nutrição na América Latina e Caribe não podem permitir conflitos de interesses. Publicado em: 10 dez de 2022. Disponível em: <https://colansa.org/wp-content/uploads/2023/01/Plataformas-Multistakeholders-e-COI_PORT.docx.pdf>
- 386 The Times of India. Activists: Don't join SUN, a nutrition drive. [Internet]. 24 de mai 2017. Disponível em: <<https://timesofindia.indiatimes.com/india/activists-dont-join-sun-a-nutrition-drive/articleshow/58816008.cms>>.
- 387 Lie, A. L. (2019). Power in Global Nutrition Governance: A Critical Analysis of the Establishment of the Scaling Up Nutrition (SUN) Partnership. *Global Governance: A Review of Multilateralism and International Organizations*, 25(2), 277-303. <<https://doi.org/10.1163/19426720-02502006>>.
- 388 The Lancet. Maternal and Child Undernutrition, 2008. Disponível em: <<https://www.thelancet.com/series/maternal-and-child-undernutrition>>.
- 389 Michéle L, Rundall P, Prato S. Multi-stakeholder partnerships: what are the risks? The case of Scaling up Nutrition (SUN). [Internet] Disponível em: <[https://www.fian.org/files/files/SUN_4p_Feb20\(1\).pdf](https://www.fian.org/files/files/SUN_4p_Feb20(1).pdf)>.
- 390 Siteo TA. A nova Revolução Verde Africana: de que forma ela pode contribuir para erradicar a fome e a pobreza na África? *Rev Extens Estud Rurais*. 2011;1(1):239-273. Disponível em: <<https://periodicos.ufr.br/revista/article/view/3283/1553>>.
- 391 Albergoni L, Pelaez V. Da Revolução Verde à agrobiotecnologia: ruptura ou continuidade de paradigmas? *Revista de Economia*. 2007;33(1):31-53. Disponível em: <<https://revistas.ufpr.br/economia/article/view/8546>>.
- 392 Scaling Up Nutrition (SUN). Reference Note Engaging in the SUN Movement: preventing and managing conflicts of interest. 20215. Disponível em: <https://scalingupnutrition.org/resource-library/information-notes/engaging-sun-movement-preventing-and-managing-conflicts-1>
- 393 Adaptado de Ulucanlar S, Lauber K, Fabbri A *et al*. Corporate political activity: taxonomies and model of corporate influence on public policy. *International Journal of Health Policy and Management*, 2023; 12(Issue 1): 1-22. Disponível em: <https://www.ijhpm.com/article_4440.html>.
- 394 Scaling Up Nutrition (SUN). All events. Disponível em: <<https://scalingupnutrition.org/events>>.
- 395 Scaling Up Nutrition (SUN). What we do. Disponível em: <<https://scalingupnutrition.org/about/what-we-do>>.
- 396 Sun Business Network. Global Members. Disponível em: <<https://sunbusinessnetwork.org/global-members>>.

- 397 Lie, A. L. (2019). Power in Global Nutrition Governance: A Critical Analysis of the Establishment of the Scaling Up Nutrition (SUN) Partnership. *Global Governance: A Review of Multilateralism and International Organizations*, 25(2), 277-303. <https://doi.org/10.1163/19426720-02502006>
- 398 Scaling Up Nutrition (SUN). How we do it. Disponível em: <<https://scalingupnutrition.org/about/how-we-do-it>>.
- 399 Scaling Up Nutrition (SUN). How we do it. Disponível em: <<https://scalingupnutrition.org/about/how-we-do-it>>.
- 400 Scaling Up Nutrition (SUN). Who we are. Disponível em: <<https://scalingupnutrition.org/about/who-we-are>>.
- 401 Organização Pan-Americana da Saúde (OPAS). Prevenção e gestão de conflitos de interesse em programas de nutrição no âmbito nacional: Roteiro de implementação do projeto de abordagem da Organização Mundial da Saúde nas Américas, 2022. Disponível em: <https://iris.paho.org/bitstream/handle/10665.2/55947/OPASNMH%20RF%2021%200014_por.pdf?sequence=1&isAllowed=y>.
- 402 Fundo Nacional de Desenvolvimento da Educação (FNDE). Nota Técnica nº 3228950/2022/COSAN/CGPAE/DIRAE. Identificação e prevenção de Conflito de Interesses na execução do Programa Nacional de Alimentação Escolar, 2023. Disponível em: <<https://www.gov.br/fnde/pt-br/aceso-a-informacao/acoes-e-programas/programas/pnae/NTCOLIVERSOFINAL.pdf>>.
- 403 Ministério do Desenvolvimento e Assistência Social, Família e Combate à Fome/Gabinete do Ministro. Portaria MDS nº 972, de 26 de março de 2024. Define os municípios e o Distrito Federal prioritários para a implementação da Estratégia Nacional de Segurança Alimentar e Nutricional nas Cidades - Alimenta Cidades. Disponível em: <[tps://www.in.gov.br/en/web/dou/-/portaria-mds-n-972-de-26-de-marco-de-2024-550365268](https://www.in.gov.br/en/web/dou/-/portaria-mds-n-972-de-26-de-marco-de-2024-550365268)>.
- 404 Conselho Federal de Nutricionistas (CFN). CFN participa de debate sobre conflitos de interesse e rotulagem de alimentos. Publicada em: 09 de nov. de 2023. Disponível em: <<https://www.cfn.org.br/index.php/noticias/cfn-participa-de-debate-sobre-conflitos-de-interesse-e-rotulagem-de-alimentos>>.
- 405 Ministério do Desenvolvimento e Assistência Social, Família e Combate à Fome (MDS). Câmara Interministerial de Segurança Alimentar e Nutricional (Caisan). Publicado em: 14 de out. de 2021. Disponível em: <<https://www.gov.br/mds/pt-br/caisan/caisan-camara-interministerial-de-seguranca-alimentar-e-nutricional>>.
- 406 Conselho Nacional de Saúde (CNS). CNS acompanha reinstalação do Consea e soma esforços à agenda de combate à fome. Publicado em: 28 de fev. de 2023. Disponível em: <<https://conselho.saude.gov.br/ultimas-noticias-cns/2899-cns-acompanha-reinstalacao-do-consea-e-soma-esforcos-a-agenda-de-combate-a-fome#:~:text=Extinto%20em%202019%2C%20o%20Consea,imediate%20%C3%A0%20Presid%C3%Aancia%20da%20Rep%C3%BAblica.>>.
- 407 Comunidade de Prática América Latina e Caribe Nutrição e Saúde (Colansa). Quem somos. Publicado em 17 de mai. de 2021. Disponível em: <<https://colansa.org/pt/sobre-pt/>>.
- 408 Gilmore A; Fabbri A; Baum F *et al.* Determinantes Comerciais da Saúde 2. Conceituando entidades comerciais em saúde pública: além de commodities insalubres e corporações transnacionais. 2023. Série. ACT Promoção da Saúde. Disponível em <<https://actbr.org.br/uploads/arquivos/5%29-Artigo-2-Conceituando-entidades-comerciais-em-saude.pdf>>.

A white-outlined browser window with three dots in the top-left corner. Inside the window, the logo for ACT is on the left, and the logo for IDEC is on the right.

ACT
Promoção da Saúde

idec
instituto de defesa
de consumidores