

Rio de Janeiro, 11 de março de 2022.

Ao Sr. Willames Freire Bezerra

Presidente do Conselho Nacional de Secretarias Municipais de Saúde – CONASEMS

Prezado Senhor,

A Aliança pela Alimentação Adequada e Saudável, coalizão criada em 2016 que reúne organizações da sociedade civil, associações, coletivos, movimentos sociais, entidades profissionais e pessoas físicas que defendem o interesse público com o objetivo de desenvolver e fortalecer ações coletivas que contribuam para a realização do Direito Humano à Alimentação Adequada (DHAA), manifesta seu repúdio à parceria entre o Conselho Nacional de Secretarias Municipais de Saúde (CONASEMS) com a Coca-Cola Brasil.

Em 17 de fevereiro de 2022 foi anunciada a segunda fase da parceria entre BNDES, CONASEMS e COCA-COLA Brasil. Trata-se do projeto “*Refrigeradores para Armazenamento de Vacinas*”, apresentado pela Coca-Cola Brasil, no qual o BNDES apoiou com o valor de R\$ 3,5 milhões não reembolsáveis, e a Coca-Cola Foundation investe o mesmo valor, somando um total de R\$ 7 milhões, direcionados à conservação das vacinas para o combate à pandemia causada pelo coronavírus. Ao todo serão contemplados 444 municípios brasileiros de menor IDH, principalmente no Norte e Nordeste, que somam cerca de 5 milhões de pessoas. Com os recursos, estima-se que sejam adquiridas mais de 400 câmaras refrigeradoras, que possuem tecnologia apropriada para a conservação de imunobiológicos.

Social Washing, ou o marketing disfarçado de filantropia, versão covid-19. É o nome dado quando as corporações se apropriam de pautas sociais e desenvolvem estratégias de marketing voltadas a fortalecer suas marcas, mostrar engajamento social, preocupação com a sustentabilidade entre outros temas importantes para a sociedade. A partir do início da pandemia em 2020, estamos convivendo com um número crescente de casos de Social Washing. Os vazios da política pública e a lentidão dos governos em enfrentar a pandemia de forma eficiente abriram um flanco para as grandes corporações mostrarem todo o seu arsenal de possibilidades (<https://www.brasildefato.com.br/2020/09/09/socialwashing-ou-o-marketing-disfarçado-de-filantropia-versao-covid>)

A questão é que neste caso veio com uma chancela institucional importante: o CONASEMS, um colegiado que representa os secretários municipais de saúde e que tem como missão a gestão da política pública de saúde local.

A Coca-Cola é um dos maiores fabricantes de bebidas açucaradas no mundo, e essas bebidas estão comprovadamente associadas ao aumento das Doenças Crônicas Não Transmissíveis (DCNTs), como obesidade, diabetes, hipertensão, câncer e outras. Os portadores dessas DCNT compõem os grupos de risco para a covid-19, visto que elas estão diretamente relacionadas ao agravamento e configuram as principais causas de mortalidade por covid-19 no Brasil.

Sem considerar os custos para a saúde pública onde R\$3 bilhões são alocados anualmente somente para o tratamento destas doenças provocadas pelo consumo exclusivo de bebidas açucaradas. E também nas isenções fiscais em torno de R\$3,8 bilhões (Receita Federal, 2016) que as grandes empresas produtoras de bebidas açucaradas recebem. Há uma grande desigualdade quando se compara os valores que estas empresas anunciam em ações e programas e o retorno da sociedade.¹

O CONASEMS recentemente também divulgou parceria com a Novartis, indústria farmacêutica mais poderosa do mundo, sob a justificativa de combater as doenças cardiovasculares no Brasil.² Quais os reais interesses que, de um lado, uma empresa a qual os seus produtos contribuem para o aumento de casos de obesidade e outras DCNT e, de outro, uma outra empresa que lucra com a venda de medicamentos, têm ao associarem suas marcas com iniciativas que aparentemente previnem os problemas que causam ou lucram com as doenças que seus produtos anunciam curar? Este tipo de parceria pode comprometer o interesse coletivo da saúde pública ou influenciar, de maneira imprópria, o desempenho da função pública na gestão do Sistema Único de Saúde (SUS), o que caracteriza conflito de interesses³.

Diante do exposto, esperamos que o CONASEMS assuma uma postura ética em sua missão para a implementação do SUS no nível municipal, prevenindo o conflito de interesses em suas práticas por meio do rompimento desta parceria e da não realização de novas atividades e/ou parcerias, financiadas ou não, com indústrias, empresas ou organizações que possuem produtos, práticas ou políticas relacionadas a modos de consumo e produção que estejam em conflito de interesses com os princípios e valores da promoção da saúde e que aumentem vulnerabilidades e riscos à saúde⁴.

Núcleo Gestor da Aliança pela Alimentação Adequada e Saudável

Ana Carolina Feldenheimer da Silva – Núcleo de Alimentação e Nutrição em Políticas Públicas (NANPP-UERJ)

Elisabetta Recine – Observatório de Políticas de Segurança Alimentar e Nutrição (OPSAN-UnB)

Glen Makuta – SlowFood Brasil

Inês Rugani – Associação Brasileira de Saúde Coletiva (Abrasco)

Janine Giuberti Coutinho – Instituto Brasileiro de Defesa do Consumidor (Idec)

Nayara Côrtes – FIAN Brasil

Paula Johns – ACT Promoção da Saúde

Raphael Barreto – Instituto Desiderata

¹ <https://evidencias.tributosaudavel.org.br/lado-oculto/>

² <https://www.conasems.org.br/novartis-e-conasems-firmam-parceria-inedita-no-combate-as-doencas-cardi-ovasculares-no-brasil/>

³ Lei Nº 12.813, de 16 de maio de 2013. Dispõe sobre o conflito de interesses no exercício de cargo ou emprego do Poder Executivo federal e impedimentos posteriores ao exercício do cargo ou emprego.

⁴ Política Nacional de Promoção da Saúde. Disponível em:

https://bvsms.saude.gov.br/bvs/saudelegis/gm/2014/prt2446_11_11_2014.html