

Táticas globais da indústria para enfraquecer as políticas de rotulagem frontal de advertência

Retrato das táticas da indústria

A indústria de alimentos reparou no rápido movimento das regulamentações da rotulagem frontal obrigatória que estavam sendo implementadas nos produtos ultraprocessados (AUP) em vários países do mundo. Como resultado, ela vê a rotulagem frontal como uma tendência global e uma ameaça aos seus interesses comerciais. Os países que atualmente estão considerando, formulando ou debatendo a rotulagem frontal enfrentam a oposição da indústria nos contextos nacionais, mas a monitoração global mostra o uso sistemático e consistente de táticas de interferência em todo o mundo.

- Nos países em que a política de rotulagem frontal está sendo formulada, a indústria está tentando enfraquecê-la ao propor políticas e sistemas menos restritivos.
- Os países que estão implementando a rotulagem frontal percebem que a indústria está usando o terrorismo econômico para paralisar os esforços regulatórios.

Países/regiões que estão formulando ou implementando a rotulagem frontal

Geografia	Formulação da política	Implementação da política
Argentina	✓	
Brasil		✓
Região do Caribe	✓	
Colômbia	✓	
Etiópia	✓	
Índia	✓	
México		✓
África do Sul	✓	
Uruguai		✓

A indústria está empregando diversas táticas para sabotar as políticas de alimentação saudável

A. Enfraquecer os padrões de saúde pública da medida e levantar dúvidas sobre as evidências que apoiam a medida

- 1 Sabotar o modelo de perfil nutricional usado para determinar pontos de corte
- 2 Propor políticas e sistemas flexíveis ou menos restritivos de rotulagem frontal

B. Levantar preocupações legais, comerciais e econômicas

- 3 Argumentar que as políticas de rotulagem frontal precisam se harmonizar com os padrões comerciais regionais e internacionais menos restritivos
- 4 Alegar que as políticas de rotulagem frontal serão um obstáculo para o comércio
- 5 Divulgar mensagens de caos econômico e medo para arrefecer os esforços regulatórios

C. Sugerir que existe unidade na sua posição, criando alianças falsas e grupos de fachada

- 6 Posicionar contranarrativas por meio de aliados e grupos de fachada em vez de mandar as mensagens diretamente por meio de empresas da indústria

D. Aproveitar brechas jurídicas para continuar a promover os produtos ultraprocessados

- 7 Incluir personagens infantis no próprio produto em vez de nas embalagens
- 8 Pressionar por sistemas de rotulagem que façam com que os produtos ultraprocessados pareçam mais saudáveis
- 9 Colocar produtos reformulados sem rótulos de advertência no centro de novas estratégias de marketing



Apenas exemplos ilustrativos, não uma lista exaustiva de práticas de interferência da indústria.t



Táticas da indústria

Estes são alguns exemplos de táticas atuais da indústria para minar e impedir as políticas de alimentação saudável.

A. Enfraquecer os padrões de saúde pública da medida e levantar dúvidas sobre as evidências que apoiam a medida

(1) Minar o modelo de perfil nutricional usado para determinar pontos de corte

- **Desafiar o modelo de perfil nutricional da Organização Pan-Americana da Saúde (OPAS) na América Latina e no Caribe**
 - Na Argentina, a indústria alega que o modelo de perfil nutricional da OPAS é rigoroso demais e que viola as Recomendações Alimentares Nacionais existentes no país.
 - No Brasil, um documento vazado da Associação Brasileira da Indústria de Alimentos (ABIA) revelou um plano sistemático para enfraquecer o sistema de rotulagem frontal aprovado pela Agência Nacional de Vigilância Sanitária (ANVISA) no ano passado. As táticas incluíam a promoção de evidências científicas tendenciosas para moldar a política em favor da indústria.
 - Enquanto a Comunidade do Caribe (CARICOM) debate sobre os rótulos frontais de advertência, a Associação de Produtores e Exportadores da Jamaica (JMEA) mostrou preocupações sobre o modelo de perfil nutricional da OPAS e o desenho do rótulo. Como resultado, a Organização do Setor Privado da CARICOM se afastou das evidências da saúde pública e pretende retardar a aprovação do padrão do rótulo frontal. A JMEA solicitou que o governo aguardasse os resultados de uma avaliação regional do impacto na saúde, na nutrição, na produção, no comércio e nos consumidores que está sendo realizada pela Organização do Setor Privado da CARICOM.



- **Desafiar o modelo de perfil nutricional da Organização Mundial da Saúde (OMS) para a Região do Sudeste Asiático (South-East Asia Region Office, SEARO)**
 - Em 2018 e 2019, a autoridade alimentar indiana Food Safety and Standards Authority of India (FSSAI) emitiu propostas de rótulos frontais, mas elas não tiveram sucesso devido à forte oposição da indústria. A autoridade agora está tentando emitir uma nova regulamentação, mas a indústria expressou preocupações de que o modelo de perfil nutricional do Sudeste Asiático é muito rigoroso e alega que produtos como sucos, biscoitos e itens de confeitaria deveriam ser isentos das políticas de rotulagem frontal devido a “questões práticas.” pois produtos com açúcar natural seriam rotulados como não saudáveis.



- **Sabotar os limites de nutrientes críticos para beneficiar a indústria**
 - O governo do Uruguai recentemente retificou o decreto de rotulagem de advertência na parte frontal das embalagens três dias antes da sua entrada em vigor, enfraquecendo as limitações nutricionais. O novo decreto, emitido pelo Ministério da Indústria, amplia os critérios usados para definir os limites de sódio, açúcar e gordura. Essa mudança, que contradiz as evidências científicas, **deixa muitos produtos não saudáveis livres dos rótulos de advertência**. Como resultado, os consumidores uruguaios não poderão reconhecer facilmente esses produtos como não saudáveis.



A **NCD Alliance** do Uruguai publicou imagens comparando o menor número de rótulos frontais que os produtos teriam de acordo com o decreto retificado de rotulagem frontal em comparação com a versão anterior, mais rigorosa.

(2) Propor políticas e sistemas de rotulagem frontal flexíveis ou menos restritivos

- **Exigir prazos longos para a aplicação total da norma e proibir o cumprimento antecipado**
 - No Brasil, a indústria pressionou para ter um período de implementação da rotulagem frontal de 24 meses e impôs a proibição de cumprimento antecipado voluntário. O setor privado solicitou uma ampliação do período de implementação, alegando que os recipientes retornáveis (p. ex., garrafas de refrigerantes de vidro) exigiriam um tempo maior para que a indústria pudesse cumprir a lei devido ao tempo necessário para impressão de novos rótulos e abastecimento do mercado.
- **Procurar caminhos políticos mais favoráveis**
 - A indústria tenta influenciar os esforços do governo para promulgar as políticas de alimentação saudável visando controlar melhor o processo e proteger seus interesses comerciais e privados. Na Argentina, a indústria está fazendo um **lobby pesado** no ramo executivo para implementar a rotulagem frontal por meio de uma emenda do Código Nacional de Alimentação, desviando a discussão sobre a legislação dos rótulos frontais: a Lei de Promoção da Alimentação Saudável que está em debate no Congresso. A Lei de Promoção da Alimentação Saudável já foi aprovada pelo Senado e está pendente de discussão na Câmara dos Deputados. A proposta não legislativa do ramo executivo é mais fraca do que a Lei de Promoção da Alimentação Saudável e poderia ameaçar os melhores padrões de saúde, uma vez que **o modelo de padrão nutricional da OPAS não seria considerado. Além disso, o tamanho dos rótulos seria reduzido e a palavra excesso seria substituída por “alto em.”**



- **Fazer pressão em prol de desenhos de rótulos que não sejam avaliados cientificamente**
 - No Brasil, a ABIA propôs um sistema de semáforo, embora as evidências indiquem que o modelo de advertência frontal é o mais forte (*ver o ponto A.1 acima*).
 - Na Colômbia, o governo propôs **círculos de advertência** para os produtos com alto nível de adição de açúcares, sódio e gorduras saturadas – sem evidência de que os círculos seriam mais eficazes do que os octógonos.



- **Propor rótulos de advertência dentro da embalagem do produto**
 - No Uruguai, grupos da indústria propuseram que **os rótulos deveriam ser colocados dentro da embalagem do produto**. Um representante da Câmara da Indústria argumentou que “o mais importante é respeitar a liberdade dos consumidores. Se eles não esvaziarem a embalagem e verificarem uma mensagem no seu interior, é porque não estão preocupados com o problema, e devemos respeitar isso. É compreensível que o Estado se preocupe com a saúde pública, mas os cidadãos não podem ser tratados como crianças.” Em outras palavras, os consumidores só descobririam que um produto não é saudável depois de comprá-lo e consumi-lo.

B. Levantar preocupações legais, comerciais e econômicas

- (3) Alegar a necessidade de harmonização com os padrões comerciais regionais e internacionais como uma forma de paralisar os esforços do país**
 - Na Argentina, a indústria argumentou que é ilegal avançar com a lei da rotulagem frontal porque antes ela deveria ser **harmonizada** com o **MERCOSUL (Mercado Comum do Sul)** e com as **diretrizes do Codex Alimentarius**. Essas reivindicações não são corretas do ponto de vista jurídico e têm a intenção de postergar e impedir os esforços de políticas de saúde pública.
- (4) Alegar que a rotulagem de advertência na parte frontal da embalagem será um obstáculo para o comércio**
 - No Caribe, a JMEA argumentou que o modelo posposto de rótulo de advertência frontal nas embalagens **não está de acordo com os principais parceiros comerciais da Jamaica**, portanto os exportadores locais seriam onerados com maiores custos para criar rótulos diferentes para os produtos de exportação.
 - No México, a indústria alegou que o estado tem **"atacado" o comércio de alimentos por meio da regulamentação dos alimentos obesogênicos e impôs "proibições absurdas"** à publicidade nas embalagens – e que essa medida **"demonizou" os alimentos ultraprocessados**.



(5) Divulgar mensagens de caos econômico e medo para arrefecer os esforços regulatórios

- No Brasil, esta estratégia foi usada pela **Rede Rotulagem** – uma coalizão de associações comerciais criada para promover sua própria agenda sobre a rotulagem frontal. A entidade usou diversas táticas para enfraquecer as regulamentações de rotulagem frontal. Eles contrataram **uma firma de consultoria** para fornecer resultados que poderiam exercer pressão econômica contra a norma (*ver ponto A.1 acima*), retratando perdas de emprego e perdas de lucros irreais (R\$ 100 bilhões), com base na suposição de que as pessoas iriam simplesmente parar de comer se as regulamentações dos rótulos fossem implementadas.

(6) Unificar as vozes e criar alianças falsas e grupos de fachada

(6) Esconder-se por trás de grupos de fachada e outros aliados para posicionar contranarrativas

- A indústria escolhe cuidadosamente seus porta-vozes e mensageiros. As empresas normalmente agem por trás de outros atores para não colocarem sua reputação em risco. No Brasil, isso ficou flagrante com a criação da Rede Rotulagem, cuja única missão é influenciar o processo de formulação de rótulos frontais, pressionando a favor de regulamentações menos rigorosas. A coalizão também tentou comunicar uma falsa narrativa de independência com a contratação de firmas de consultoria para apoiar seus interesses contra os melhores padrões de saúde (*ver pontos A.1 e B.5 acima*). Em um **webinar**, representantes da indústria mencionaram que a regulamentação brasileira finalmente aprovada pela ANVISA representa um sucesso para o setor privado, já que é flexível e não restritiva. Eles consideraram que a principal lição aprendida com o processo foi a necessidade de concordar sobre os porta-vozes, as responsabilidades, o consenso e pontos não negociáveis.



D. Aproveitar brechas jurídicas para continuar a promover os produtos ultraprocessados

(7) Incluir personagens infantis no próprio produto em vez de na embalagem

- No México, a política de rotulagem frontal de advertência (incluindo legendas de advertência tais como “Contém cafeína - evitar para crianças” e “Contém adoçantes - não recomendável para crianças”) foi aprovada no ano passado. A política proíbe desenhos animados e personagens para chamar a atenção das crianças nas embalagens de produtos não saudáveis. No entanto, a indústria continua a fazer pressão contra a medida de saúde pública, colocando os desenhos no próprio produto e por meio de soluções alternativas nos pontos de venda.

- a. Estampar os desenhos do próprio produto



- b. Arrumar os produtos nas prateleiras da loja com a parte de trás da embalagem (sem rótulos de advertência) voltada para a frente



- c. Incluir os desenhos nas etiquetas de preços e promoções



- d. Adicionar personagens dirigidos para crianças nos uniformes dos trabalhadores da loja, convertendo os empregados em caricaturas das marcas



(8) Pressionar por sistemas de rotulagem que façam com que os produtos ultraprocessados pareçam mais saudáveis

- Na Espanha, as discussões ficaram centralizadas em torno da **obrigatoriedade da implementação do NutriScore** em 2021 enquanto se espera que **um sistema harmonizado seja proposto no nível da UE**. Isso é problemático, uma vez que o sistema NutriScore inclui informações sobre **nutrientes bons e ruins (sem considerar os níveis de processamento)**. E significa que muitos produtos ultraprocessados **poderiam passar por alimentos saudáveis, quando não são**.

a. A Nestlé usando o NutriScore para promover seus produtos para crianças



(9) Estratégias de marketing que promovam produtos ultraprocessados reformulados como opções saudáveis porque não possuem rotulagem frontal

- No Peru, a indústria está criando uma forte campanha de marketing para promover produtos que não possuem rotulagem frontal como saudáveis, indicando essa característica como uma indicação de baixo teor de açúcar. No entanto, esses produtos nem sempre são alternativas mais saudáveis. Os produtos ultraprocessados são produtos comestíveis manufaturados, que poderiam ser **causadores de dependência** e fazer mal ao **sistema imunológico** por meio de adoçantes não calóricos e outros aditivos.



- ### a. Os produtos do Grupo AJE no Peru estão sendo promovidos como **“altos em peruanidade e qualidade”** e por **não terem altos níveis de açúcar de acordo com os limites da Fase 1 estabelecidos pela Lei de Promoção da Alimentação Saudável**. Entretanto, muitos desses produtos deveriam ter rótulos de advertência na parte frontal da embalagem quando a fase final entrar em vigor em setembro de 2021.