

AS POLÍTICAS DE NUTRIÇÃO COMO REFÉNS DAS MULTINACIONAIS E DOS CONFLITOS DE INTERESSE: A EPIDEMIA DE OBESIDADE E DIABETES NO MÉXICO

Marcos Arana Cedeño e Xaviera Cabada¹

A epidemia de obesidade e diabetes no México atingiu dimensões catastróficas. Um terço das crianças e adolescentes têm sobrepeso ou obesidade e os mesmos problemas afetam sete em cada dez adultos. Entre estes últimos, a 14% foi diagnosticada diabetes e a 40% síndrome metabólica. Durante os últimos seis anos, meio milhão de mexicanos e mexicanas morreram devido à diabetes; a mortalidade por problemas ligados a esta doença triplicou entre 1980 e 2005 e, a cada ano, 90.000 pessoas sofrem a amputação de um dos membros. 15% do orçamento nacional para a saúde é utilizado para tratar problemas causados por uma alimentação inadequada e, a manter-se a tendência atual, dentro de dez anos esta percentagem rondará os 35%². Este panorama tem vindo a agravar-se ao longo dos últimos vinte anos, coincidindo com a entrada em vigor do Tratado de Livre Comércio da América do Norte (TLCAN)³, que permite a importação maciça de produtos ultraprocessados, contendo elevados conteúdos de açúcar, gordura e sal, e pobres em fibra. Durante este mesmo intervalo, o governo mexicano encorajou a presença e os investimentos das grandes empresas de alimentos, que multiplicaram a sua influência e as suas vendas⁴.

A cultura alimentar tradicional degradou-se a um ponto em que atualmente a maior parte da ingestão calórica das crianças em idade pré-escolar provém de produtos processados e 12% provém de refrigerantes engarrafados⁵. As crianças estão expostas a uma intensa publicidade de produtos não saudáveis, principalmente produtos de pastelaria, refrigerantes e doces⁶. Em média, cada mexicano consome 163 litros de refrigerantes por ano, valor superior ao de qualquer outro país⁷. O aleitamento materno, uma das formas mais eficazes de prevenir a obesidade, decresceu vertiginosamente: 85% dos bebés até seis meses são alimentados com fórmulas, que têm um alto teor de açúcares adicionados, especialmente aquelas utilizadas depois dos seis meses de idade⁸. A promoção de substitutos do leite materno não tem praticamente limites, pois foi permitido às empresas que os produzem financiar e participar, junto das instituições públicas, na educação das mães e dos profissionais de saúde⁹.

Embora o governo tenha expressado a sua preocupação com esta situação, não adotou medidas para cumprir com a sua responsabilidade de proteger os cidadãos através de uma regulamentação efetiva da comercialização dos produtos industrializados de elevada densidade calórica que inundam o país. Pelo contrário, estabeleceu alianças com as multinacionais de alimentos no âmbito da “Cruzada Nacional contra a Fome” (Cruzada Nacional contra el Hambre, CNH, no original). Este é o maior programa social do governo e destina-se às populações mais vulneráveis, tendo como objetivo promover uma melhor nutrição e reduzir a desnutrição de que ainda sofrem 18% das crianças mexicanas. A multinacional suíça Nestlé colabora com o governo nesta estratégia, através de um projeto chamado “O meu doce negócio” (“Mi Dulce Negocio”), no qual 15.000 mulheres recebem capacitação da empresa para preparação e comercialização de sobremesas no seu domicílio, como forma de autoem-

1 Marcos Arana Cedeño é membro da Rede Internacional Pró-alimentação Infantil (IBFAN) e da Aliança Mundial para Ação em Aleitamento Materno (WABA); diretor do Centro de Capacitação em Ecologia e Saúde para Camponeses (CEESC), em Chiapas, México; e investigador do Instituto Nacional de Ciências Médicas e Nutrição Salvador Zubirán (INNSZ), do Observatório do Cidadão pelo Exercício do Direito à Saúde (OBSCIUDES), do Projeto Alimento, da Aliança pela Saúde Alimentar e do Espaço DESC. Xaviera Cabada é membro do IBFAN México, da associação El Poder del Consumidor AC e da Aliança pela Saúde Alimentar; diretora da Escola de Psicologia da Cidade de Juárez (ESPCJ) e professora e investigadora da Universidade Mexicana do Norte (UMN). Um agradecimento especial a Dinorah López (FIAN México) e a Manigüeigdinapi Jorge Stanley Icaza (CITI) pelo seu apoio na revisão deste artigo. Este artigo foi originalmente escrito em espanhol.

2 Córdova-Villalobos, J. et al. (2008). *Las enfermedades crónicas no transmisibles en México: sinopsis epidemiológica y prevención integral*. [As doenças crónicas não transmissíveis no México: sinopse epidemiológica e prevenção integral]. México: Instituto Nacional de Salud Pública de México 50, 419-427.

- 3 Para mais informação ver Arana, M. (2012). "Desigualdad y dependencia: el impacto del TLCAN en las zonas rurales de México." ["Desigualdade e dependência: o impacto do TLCAN nas zonas rurais do México"]. *Observatório do Direito à Alimentação e à Nutrição* 2012, págs. 73-76. Disponível (em espanhol) em www.rfn-watch.org/fileadmin/media/rfn-watch.org/ENGLISH/pdf/Watch_2012/R_t_F_a_N_Watch_2012_sp_web_rz.pdf#page=73.
- 4 Zhang, P. et al. (2007) Global Healthcare and "Expenditure on Diabetes for 2010 and 2030." ["Cuidados de saúde geral e despesas com a diabetes em 2010 e 2030"]. *Journal on Diabetes Research and Clinical Practice* 87, págs. 293-301.; Ver também Gutiérrez, J. et al. (2012). *Encuesta Nacional de Salud y Nutrición 2012. [Inquérito nacional de saúde e nutrição 2012]*. Cuernavaca, México: Instituto Nacional de Salud Pública.
- 5 González-Castell, D. et al. (2007). *Alimentos industrializados en la dieta de los preescolares mexicanos. [Alimentos industrializados na dieta das crianças mexicanas em idade pré-escolar]*. Cuernavaca, México: Instituto Nacional de Salud Pública de México 49, págs. 345-356.
- 6 Instituto Nacional de Salud Pública. *Publicidad de Alimentos y Bebidas*. Cuernavaca, Mexico: Instituto Nacional de Salud Pública, 2013. Available at: www.insp.mx/epppo/blog/2984-publicidad-alimentos-bebidas.html.
- 7 Para mais informação, ver trabalhos do Centro Rudd para as Políticas Alimentares e a Obesidade da Universidade de Connecticut. Disponíveis (em inglês) em www.uconnruddcenter.org. Ver também Andreyeva, T. et al. (2011). "Exposure to food advertising on television: Associations with children's fast food and soft drink consumption and obesity." ["Exposição à publicidade de alimentos na televisão: associação com o consumo infantil de fast food e refrigerantes"]. *Economics and Human Biology* 9, págs. 221-233.
- 8 Calvillo, A., Cabada, X. & García, K. (2013). *La alimentación industrializada del lactante y niño pequeño, el nuevo mega negocio. [A alimentação industrializada do lactante e da criança pequena, o novo meganegócio]*. México D.F.: El Poder del Consumidor.
- 9 Algumas disposições do Código Internacional sobre a Comercialização de Substitutos do Leite Materno foram integradas no quadro normativo. No entanto, o governo assinou acordos para a autorregulação das empresas e não existem sanções. Para mais informações sobre o papel das empresas na educação nutricional, ver o artigo "O negócio da má-nutrição: o encobrimento perfeito para as grandes empresas de produtos alimentares" nesta edição do *Observatório do Direito à Alimentação e à Nutrição*.
- 10 Documento oficial do acordo de concertação entre a Nestlé e o governo mexicano. (2013, 9 de abril) Cidade do México, México. Disponível (em espanhol) em www.sedesol.gob.mx/work/models/SEDESOL/Resource/545/1/imagenes/CONVENIO_NESTLE%20.pdf.
- 11 Informação recolhida pela OBSCIUDES em fevereiro/março de 2015.
- 12 Esta aliança é formada por 27 organizações civis. Para mais informação, ver www.alianzaasalud.org.mx.

prego e de educação nutricional da população¹⁰. Esta é, sob todos os pontos de vista, uma ação contrária à necessidade de combater a obesidade e a diabetes.

A CNH inclui também a transferência de 322 milhões de dólares anuais através de 717.000 cartões "Sem Fome" ("Sin Hambre") distribuídos a pessoas em situação de pobreza, para adquirirem quinze produtos. As multinacionais de alimentos produzem metade destes produtos – incluindo o café solúvel, o chocolate em pó, os flocos de aveia, os pimentos enlatados e o leite em pó¹¹. Através destas transferências, o programa contribui para substituir os alimentos locais por processados, gerando enormes lucros para as empresas e com benefícios duvidosos na redução da desnutrição.

Através de criação de parcerias público-privadas e de um intenso lóbi no Congresso mexicano, as grandes empresas de alimentos boicotaram sucessivamente as intenções de regulamentação da comercialização de alimentos processados, especialmente daqueles dirigidos a crianças. Por todas estas razões, foi muito importante que, apesar de todos os recursos mobilizados pelas empresas para o impedir, tenha sido aprovada, em finais de 2013, a iniciativa promovida pela Aliança pela Saúde Alimentar¹², que pretendia impor um imposto ao consumo de bebidas açucaradas. Esta iniciativa foi acompanhada pela proposta de que as receitas arrecadadas por este imposto sejam utilizadas para dotar as escolas públicas de água potável e bebedouros e para a prevenção e o tratamento de doenças crónicas. No entanto, a proposta teve uma resposta lenta e insuficiente por parte do governo. No dia 6 de maio de 2014 foi publicada a lei que proíbe a venda de refrigerantes nas escolas. As empresas de refrigerantes tentaram inverter esta decisão do Congresso através de recursos legais que acabaram por lhes ser negados¹³.

Contudo, as empresas foram bem-sucedidas quando se tratou de exercer influência para que a rotulagem nos alimentos e bebidas não alcoólicas, recentemente aprovada, fosse enganosa e confusa. Além disso, a indústria conseguiu impedir ativamente o cumprimento dos compromissos da Estratégia Nacional para a Prevenção e o Controlo do Sobrepeso, da Obesidade e da Diabetes¹⁴. Isto foi possível devido à falta de mecanismos de vigilância ou sancionamento que obriguem ao seu cumprimento.

Uma em cada três crianças nascidas no México a partir de 2010 será diabética, se não forem implementadas as medidas preventivas necessárias¹⁵. O Estado mexicano terá que eliminar os conflitos de interesse causados pelo papel e pela influência que indevidamente cedeu às grandes empresas de alimentos, incompatíveis com a responsabilidade de proteger as cidadãs e os cidadãos e zelar pelos seus direitos.

CAIXA 12

A campanha "Mais saudáveis comendo como mexicanos": pelo consumo de alimentos e bebidas tradicionais e naturais

O consumo de bebidas açucaradas engarrafadas é especialmente grave nas regiões indígenas¹⁶, onde as empresas de refrigerantes promovem o consumo dos seus produtos utilizando práticas de monopólio, diminuindo o preço em vez de aplicar o imposto ao consumo aprovado pelo Congresso. Esta medida, além de contribuir para o aumento da diabetes, propicia o consumo de refrigerantes, substituindo o consumo de bebidas tradicionais de importante valor cultural e nutricional.

Como resposta a esta situação, o Projeto AliMente, o Centro de Capacitação em Ecologia e Saúde para Camponeses – CCEC e a associação El Poder del Consumidor

lançaram a campanha “Mais saudáveis comendo como mexicanos”¹⁷ para promover o consumo de água natural e de alimentos e bebidas tradicionais mexicanas, em especial o pozol, uma bebida nutritiva e refrescante à base de milho. A meta da campanha é reduzir, em cinco anos, 50% do consumo de refrigerantes engarrafados.

- 13 Yáñez, I. & Moreno, T. (2015, 26 de março). “Legal prohibir en escuelas la “comida chatarra” juez”. [“Legal proibir nas escolas a “comida de plástico”]. *24 Horas*. Disponível (em espanhol) em www.24-horas.mx/legal-prohibir-en-escuelas-la-comida-chatarra-juez/.
- 14 Ministério da Saúde. (2015). *Estratégia nacional para a prevenção e o controle do sobrepeso, da obesidade e da diabetes*. Cidade do México, México: Ministério da Saúde. Disponível (em espanhol) em promocion.salud.gob.mx/dgps/descargas1/estrategia/Estrategia_con_portada.pdf.
- 15 Banco Mundial. (2014, 27 de fevereiro). “Seis millones de razones para hacer adelgazar a los mexicanos.” [“Seis milhões de razões para fazer emagrecer os mexicanos”]. *Banco Mundial – Noticias*. Disponível (em espanhol) em www.bancomundial.org/es/news/feature/2014/02/27/diabetes-mexico; La Jornada. (2015, 19 de fevereiro). “Uno de cada tres niños nacidos en México en 2010 tendrán diabetes.” [“Uma em cada três crianças nascidas no México em 2010 terão diabetes”]. *La Jornada*. Disponível (em espanhol) em www.jornada.unam.mx/2015/02/19/sociedad/038n1soc.
- 16 Para mais informações, ver Arana, M. & Cabada, X. (2012). “La amarga realidad del azúcar: mayores riesgos y amenazas para los pueblos indígenas en México”. [“A amarga realidade do açúcar: maiores riscos e ameaças para os povos indígenas no México”]. *Observatório do Direito à Alimentação e à Nutrição* 2012, 46-48. Disponível (em inglês) em www.rtfri-watch.org/fileadmin/media/rtfri-
- 17 El Poder del Consumidor. (2015, 27 de abril). *Necesaria una revolución alimenticia en México [É necessária uma revolução alimentar no México]*. Disponível (em espanhol) em elpoderdelconsumidor.org/saludnutricional/necesaria-una-revolucion-alimenticia-en-mexico/.