

# SINERJ

## Sindicato dos nutricionistas - RJ



Na idade média, quando um Senhor Feudal queria expandir seu domínio, ele invadia outra região, matava os habitantes e se apropriava das terras e benfeitorias. Contudo, isso era pecado e para não ir ao inferno ele dividia com o Clero suas novas riquezas. Tudo então era perdoado e ele voltaria ao reino dos Céus.

Por incrível que pareça, essa prática milenar, ainda acontece no Brasil de forma figurada, vejamos: Uma empresa agride a sociedade, adoecendo pessoas (mesmo que lentamente), e ao mesmo tempo, pode garantir sua ida para o céu através de projetos “sociais”, campanhas emotivas ou mesmo se associando ao governo. Oferece uma pequena parte dos seus lucros (geralmente deduzidos do imposto devido) em prol de um projeto ou de uma ação que os tornem melhor vistos pela sociedade. Com isso, eles diminuem as pressões da sociedade e de setores do Estado sobre os malefícios causados por seus produtos.

De que estamos falando?

A OMS, há poucos anos lançou uma campanha mundial de combate a obesidade, principalmente infantil, devido a estreita relação deste problema com a maior incidência de diversos tipos de cânceres. Nós, profissionais da saúde, sabemos que a indústria de alimentos infantis, com toda sua propaganda, contribui enormemente para o aumento dessa obesidade. Os palhaçinhos e brinquedos comprados quando levamos nossos filhos para beber refrigerante, comer hambúrguer e batata-frita, garantem um público fiel, formando gerações de “desnutridos obesos” por muitas décadas. Reverter um dia de “lucro” para a instituição de tratamento do câncer, vendendo o hambúrguer que causa obesidade, já não era o bastante. Precisavam de outras estratégias para garantir sua boa imagem junto à sociedade.

Tiveram a brilhante ideia: se o governo, através do Ministério da Saúde, cancelar uma ação “bondosa”, eles ficariam bem vistos. Não irão mais para o inferno. Garantiriam a ida para o Céu, em primeira classe. Logo, o representante do Mc Donald’s na América Latina selou acordo de mãos dadas e fotos públicas com o alto escalão do Ministério da Saúde (coisa para poucos). Agora eles terão em suas toalhas a logomarca do Ministério da “Saúde”. Saudável! Deduzirá este público consumidor seduzido. Brilhante!

Logicamente isso enfraquece, e muito, a luta de diversos setores da sociedade e profissionais de saúde do próprio Ministério que gostariam de colocar um freio nos males causados pela hiperexposição das propagandas de alimentos infantis, pela falta de normatização e regulamentação da venda destes produtos. Agora as crianças poderão ler os nutrientes que as prejudicarão no futuro enquanto comem. Ufa, nós nutricionistas, todos os profissionais de saúde e a sociedade estamos mais tranquilos.

Corre o risco dos consumidores confundirem o  em questão: Mc Donald’s ou Ministério?

**O SINDICATO DOS NUTRICIONISTAS – RJ EXIGE A IMEDIATA DESVINCULAÇÃO DAS MARCAS, PROGRAMAS E IMAGENS DO MINISTÉRIO DA SAÚDE DO BRASIL NAS CAMPANHAS DA EMPRESA MC DONALD’S. NÃO ACEITAMOS QUE GRANDES GRUPOS ECÔNOMICOS DITEM AS REGRAS DA SAÚDE NO BRASIL.**

VISITE: assuntos e vídeos correlatos

<http://www.youtube.com/watch?v=VxXB5U33VZI>

<http://www.youtube.com/watch?v=QJHnQ1aght0>

<http://www.youtube.com/watch?v=IXFmvcbG-Ls>