

ATIVIDADE POLÍTICA CORPORATIVA DA INDÚSTRIA DE ALIMENTOS E BEBIDAS ULTRAPROCESSADAS

CORPORATE POLITICAL ACTIVITY OF THE ULTRA-PROCESSED FOOD AND DRINK INDUSTRY

ALINE BRANDÃO MARIATH¹

ANA PAULA BORTOLETTO MARTINS²

RESUMO: Não há dúvidas acerca do papel da indústria de alimentos e bebidas ultraprocessados na epidemia mundial de obesidade e doenças crônicas associadas à má-alimentação. As ações governamentais para regular as práticas desse setor industrial têm sido amplamente recomendadas para conter o avanço dessa pandemia. Contudo, a indústria de alimentos e bebidas ultraprocessados frequentemente atua para impedir regulações que impactem negativamente seus lucros. Neste artigo de revisão, apresentam-se a definição de atividade política corporativa, os métodos recomendados para identificar as estratégias e práticas empregadas pela indústria de alimentos e bebidas ultraprocessados, bem como o modelo proposto por pesquisadores da rede INFORMAS (*International Network for Food and Obesity/NCD Research, Monitoring and Action Support*) que é atualmente utilizado para classificar essas estratégias e práticas. Descrevemos estudos internacionais e nacionais nessa área, que demonstram que esse setor industrial utiliza estratégias e práticas bastante semelhantes àsquelas da indústria do tabaco. Finalmente, destacamos a necessidade de se conduzir estudos que busquem determinar em que medida a interferência da indústria de alimentos e bebidas ultraprocessados de fato influencia o processo decisório e quais condições se associam ao seu sucesso.

PALAVRAS-CHAVE: Atividade Política Corporativa; Indústria de Alimentos; Alimentos Ultraprocessados; Regulação Governamental; Política Pública.

ABSTRACT: There is no doubt about the role of the ultra-processed food and drink industry in the obesity and diet-related non-communicable diseases epidemic around the globe. Government actions that regulate the practices of this industry

¹ Mestre e Doutora pelo Programa de Pós-Graduação em Nutrição em Saúde Pública da Faculdade de Saúde Pública da Universidade de São Paulo. Nutricionista da Câmara dos Deputados.

² Mestre e Doutora pelo Programa de Pós-Graduação em Nutrição em Saúde Pública da Faculdade de Saúde Pública da Universidade de São Paulo. Pesquisadora do Núcleo de Pesquisas Epidemiológicas em Nutrição e Saúde, Universidade de São Paulo, São Paulo, Brasil.



sector have been widely recommended to resist the advance of such a pandemic. However, the ultra-processed food and drink industry frequently acts to undermine regulations that negatively impact profits. In this review paper we present the definition of corporate political activity, the methods recommended for identifying strategies and practices deployed by the ultra-processed food and drink industry, as well as the framework developed by researchers from INFORMAS (International Network for Food and Obesity/NCD Research, Monitoring and Action Support) currently used for classifying these strategies and practices. We report international and national studies in this subject, which demonstrate that this industry sector uses strategies and practices very similar to those of the tobacco industry. Finally, we highlight the need to conduct further research indicating to what extent such practices influence decision making and under what conditions they are successful.

KEYWORDS: Corporate Political Activity; Food Industry; Ultra-Processed Foods, Government Regulation; Public Policy.

INTRODUÇÃO

Não restam dúvidas quanto à relação entre o consumo de produtos alimentícios e bebidas ultraprocessados e os ambientes alimentares não saudáveis com a epidemia de obesidade e doenças crônicas não transmissíveis associadas à má alimentação enfrentada mundialmente. Cada vez mais as ações de combate a essa epidemia pautada somente no indivíduo mostram-se simplistas e ineficazes e as intervenções sobre os padrões ambientais e sistêmicos que determinam as escolhas alimentares destacam-se como o melhor caminho a ser trilhado. Neste cenário, destaca-se o papel negativo da indústria de alimentos e bebidas ultraprocessados, em especial as grandes corporações transnacionais, consideradas um importante vetor nessa epidemia. Estas desenvolvem constantemente novos produtos, empregam agressivas estratégias de *marketing* e comercializam-nos a preços bastante competitivos e atraentes, o que resulta no aumento da sua disponibilidade e consumo por indivíduos e populações, inclusive as de baixa renda (SWINBURN et al., 2011; NOVAK; BROWNELL, 2012; HASTINGS, 2012).

Diante disso, tem sido amplamente defendida a necessidade da adoção de medidas governamentais que regulem as práticas desse setor, posto que os avanços para o controle da obesidade e doenças crônicas associadas à má alimentação têm sido insuficientes, apesar dos compromissos e códigos de prática de autorregulação por ele assumidos (SWINBURN et al., 2011; ROBERTO et al., 2015). Inclusive, a legitimidade da participação da indústria de alimentos e bebidas ultraprocessados

em ações em saúde pública é bastante questionada devido ao impacto negativo do consumo de seus produtos sobre a saúde (SMITH et al., 2016).

No entanto, a regulação governamental das práticas da indústria de alimentos e bebidas ultraprocessados enfrenta grande dificuldade para implementação devido ao poderoso *lobby* do setor e de seus aliados, que costumam se opor a esse tipo de intervenção (SWINBURN et al., 2011; NOVAK; BROWNELL, 2012; ROBERTO et al., 2015). Apesar de frequentemente mostrar-se interessada em atuar conjuntamente com os governos, a literatura aponta que a indústria de alimentos e bebidas ultraprocessados emprega uma variedade de estratégias de negócios relacionadas ao desenvolvimento e *marketing* de produtos, à influência nos debates sobre políticas públicas e ao questionamento sobre as evidências de prejuízo à saúde causado por seu consumo com o objetivo de minimizar os riscos de regulação e maximizar o lucro (SMITH et al., 2016). A esse conjunto de práticas atribui-se o termo “atividade política corporativa”.

Frente à relevância da indústria de alimentos e bebidas ultraprocessados enquanto determinante político e comercial da saúde, objetiva-se com esta revisão apresentar o conceito de atividade política corporativa (APC), os métodos recomendados para a identificação das estratégias e práticas adotadas pelo setor, bem como o modelo atualmente empregado para sua classificação. Por fim, apresentam-se resultados de estudos internacionais e nacionais que apontam evidências do seu engajamento em atividade política corporativa, contribuindo para a consolidação do entendimento acerca de sua atuação.

2. ATIVIDADE POLÍTICA CORPORATIVA: DEFINIÇÃO E CLASSIFICAÇÃO

Entende-se por APC “um conjunto de ações com o objetivo de influenciar, direta ou indiretamente, instituições públicas ou o processo de tomadas de decisões públicas”. Por meio delas, busca-se reduzir incertezas, mitigar ou eliminar possíveis ameaças e criar oportunidades no ambiente corporativo (LORD, 2000; ATTARÇA, 2005). Embora possa ser adotada pelas empresas para criar-lhes benefícios financeiros diretos ou indiretos ou para mudar ou criar políticas que as favoreçam, a APC frequentemente tem como objetivo apenas a manutenção do *status quo*, direcionando esforços para barrar leis ou regulações que as ameacem (LUX et al., 2012).

A APC desempenhada por empresas ou por suas associações pode ser classificada como proativa e reativa. Ações proativas incluem a abordagem de tomadores de decisão do governo por representantes empresariais informando-lhes do impacto de possíveis regulações ou legislações; a tentativa de reduzir a regulação governamental; contribuições para campanhas eleitorais; *lobby* ou outros tipos de influência nos processos legislativos ou regulatórios. As empresas podem ainda agir reativamente, por exemplo, monitorando o desenvolvimento de regulações ou legislações de forma a se adequar antes de sua entrada em vigor (HILLMAN et al., 2004). Cabe ressaltar, no entanto, que a APC somente é efetiva

quando capaz de influenciar membros do governo como políticos ou burocratas a atuarem em favor da empresa (LUX et al., 2012).

3. PERFIL DAS EMPRESAS ENGAJADAS EM ATIVIDADE POLÍTICA CORPORATIVA

Hillman et al. (2004) apontam as características relativas à empresa e ao ramo industrial de sua atuação que se relacionam ao seu engajamento em APC. Dentre aquelas concernentes à empresa que mais possivelmente se destacam na indústria de alimentos e bebidas ultraprocessados, podem-se citar o seu tamanho, a sua folga organizacional (recursos disponíveis de uma empresa acima daqueles necessários para a manutenção operacional e de seus negócios) e a sua dependência em relação ao governo.

O tamanho da empresa, que pode ser definido com base em seu volume de vendas, ativos, fatia de mercado ou número de funcionários, e a existência de elevada folga organizacional podem indicar sua disponibilidade de recursos financeiros para o engajamento político. De fato, empresas maiores são normalmente mais ativas politicamente e apresentam maior poder político e econômico. Já a dependência em relação ao governo não se limita às receitas por meio de vendas diretas, mas também inclui o custo imposto pela regulação (HILLMAN et al., 2004).

Em relação às características referentes ao ramo industrial, destaca-se que tanto as empresas com maiores fatias de mercado quanto aquelas que atuam em ramos mais concentrados tendem a apresentar maior engajamento em APC. Além disso, mesmo empresas competidoras em seu ramo de atuação podem cooperar com seus rivais em busca de benefícios políticos, atuando por intermédio de associações comerciais ou industriais (HILLMAN et al., 2004).

4. A IMPORTÂNCIA DO ESTUDO DA ATIVIDADE POLÍTICA CORPORATIVA DA INDÚSTRIA DE ALIMENTOS E BEBIDAS ULTRAPROCESSADAS

Trata-se de um tópico híbrido de pesquisa que se mostra relevante para a área de saúde pública, conforme ficou evidenciado a partir do estudo da indústria do tabaco e, mais recentemente, da indústria de alimentos – representada principalmente por grandes empresas nacionais e transnacionais que produzem e comercializam alimentos e bebidas ultraprocessados.

Bhuyan (2000) defende que o estudo da APC suscita importantes questões, dentre as quais a identificação da extensão dessas atividades em um dado setor, o seu impacto na eficiência da alocação de recursos e os determinantes dessas práticas. No entanto, Attarça (2005) lembra que, apesar de diversos modelos teóricos para a análise das estratégias políticas de empresas ou seus elementos já terem sido propostos, a dificuldade para a coleta de dados dificulta a exploração do tema.

5. CLASSIFICAÇÃO DAS ESTRATÉGIAS E PRÁTICAS DE ATIVIDADE POLÍTICA CORPORATIVA EMPREGADAS PELA INDÚSTRIA DE ALIMENTOS E BEBIDAS ULTRAPROCESSADOS

A APC de diversos ramos industriais relacionados à saúde pública já foi amplamente detalhada, com destaque para as indústrias do tabaco, do álcool e farmacêutica. Especialmente em relação à indústria do tabaco, pelo fato de suas influências negativas sobre as políticas de saúde pública terem sido extensamente documentadas e levadas à tona em decorrência dos processos judiciais que sofreu, entende-se que essas informações auxiliam a contextualizar as práticas adotadas pela indústria de alimentos e bebidas ultraprocessados (MIALON et al., 2015).

O monitoramento da APC da indústria de alimentos e bebidas ultraprocessados relacionada à saúde pública ainda é bastante incipiente. Em face disso e considerando que os estudos a esse respeito não têm sido sistemáticos, pesquisadores que integram a INFORMAS (*International Network for Food and Obesity/NCD Research, Monitoring and Action Support* – rede global que tem o propósito monitorar, estabelecer padrões de referência e apoiar ações dos setores público e privado para criar ambientes alimentares saudáveis e reduzir a obesidade, as doenças crônicas não transmissíveis e iniquidades a elas associadas) propuseram, em 2015, uma estrutura de classificação das estratégias e práticas de APC desse setor (SWINBURN et al., 2013; MIALON et al., 2015). A partir de uma revisão de literatura que incluiu publicações na área de negócios e acerca das práticas adotadas pela indústria do tabaco, identificaram-se as principais práticas da indústria de alimentos e bebidas ultraprocessados, as quais foram agrupadas em seis estratégias: 1) “Informações e mensagens”, que compreende a disseminação de informações favoráveis às suas atividades para influenciar as políticas de saúde e nutrição em seu benefício; 2) “Incentivos financeiros”, que abrange a distribuição de auxílios financeiros, presentes ou outros incentivos para tomadores de decisão (incluindo políticos e partidos políticos); 3) “Recrutamento de apoiadores”, por meio da qual se fomenta a formação de opinião favorável ao setor, seja pelo público em geral ou por *stakeholders* como a mídia e a comunidade de saúde pública; 4) “Estratégias legais”, que incluem o uso ou ameaça de uso de processos judiciais contra políticas públicas ou aqueles que se opõem às práticas do setor; 5) “Substituição de políticas públicas”, por meio da qual são propostas alternativas tais como iniciativas voluntárias e autorregulação sempre que o setor é ameaçado de regulação governamental; 6) “Fragmentação e desestabilização da oposição”, em que são empregadas práticas para fragmentar e desestabilizar grupos ou indivíduos que criticam ou se opõem aos produtos ou práticas do setor ou ainda que defendem políticas que podem impactar negativamente em seus negócios (MIALON et al., 2015).

Além da estrutura de classificação das estratégias e práticas de APC, propôs-se ainda uma metodologia para a sua identificação e monitoramento em nível nacional. De natureza qualitativa, o método compreende a coleta de informações a

partir de documentos publicamente disponíveis, disponibilizados em *websites* e redes sociais das empresas e de organizações privadas relevantes, órgãos governamentais, entre outras, e a realização de entrevistas semiestruturadas com atores-chave envolvidos no processo de formulação de políticas públicas em alimentação e nutrição e saúde pública. A realização de entrevistas suplementa as evidências coletadas a partir das informações publicamente disponíveis (MIALON et al., 2015; JAICHUEN et al., 2018).

6. EVIDÊNCIAS INTERNACIONAIS DO ENGAJAMENTO DA INDÚSTRIA DE ALIMENTOS E BEBIDAS ULTRAPROCESSADOS EM ATIVIDADE POLÍTICA CORPORATIVA

A metodologia para a identificação e classificação da APC da indústria de alimentos e bebidas ultraprocessados desenvolvida por pesquisadores da INFORMAS tem facilitado a condução de estudos que evidenciam a ampla variedade de estratégias e práticas empregadas pelo setor na tentativa de influenciar políticas públicas em seu favor. Desde então já foram descritas as práticas adotadas internacionalmente pela indústria em países como Fiji, Austrália, França, Tailândia, e ainda em regiões como a União Europeia e a América Latina e Caribe. Os principais resultados destes estudos encontram-se resumidos no Quadro 1 a seguir.

Estratégias	Fiji (MIALON et al., 2016a)		Austrália		França		Tailândia (JAICHUEN et al, 2018)		União Europeia (TSELENGIDIS; ÖSTERGREN, 2018)	América Latina e Caribe (MIALON; GOMES, 2019)
	Informações Publicament e disponíveis	Entrevistas	Informações Publicamente Disponíveis (MIALON et al., 2016b)	Entrevistas (MIALON et al., 2017)	Informações publicament e disponíveis (MIALON; MIALON, 2017)	Informações publicament e disponíveis (MIALON; MIALON, 2018)	Informações publicament e disponíveis	Entrevistas	Informações publicamente disponíveis	Informações publicamente disponíveis
<i>Informações e mensagens</i>	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
<i>Incentivos financeiros</i>		X	X	X	X		X	X		X
<i>Recrutamento de apoiadores</i>	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
<i>Estratégias legais</i>		X	X		X			X		X
<i>Substituição de políticas públicas</i>	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
<i>Fragmentação e desestabilização da oposição</i>		X		X	X	X		X	X	X

Quadro 1 – Resumo do mapeamento das estratégias de atividade política corporativa empregadas pela indústria de alimentos e bebidas ultraprocessados.

Observa-se o uso, pela indústria de alimentos e bebidas ultraprocessados, de todas as seis estratégias de atividade política corporativa. As estratégias “Informações e mensagens”, “Recrutamento de apoiadores” e “Substituição de políticas públicas” têm sido consistentemente identificadas, tanto por meio de informações publicamente disponíveis quanto por entrevistas, enquanto “Incentivos financeiros”, “Estratégias legais” e “Fragmentação e desestabilização da oposição” tendem a aparecer com menor frequência. De modo geral, “Incentivos financeiros” e “Fragmentação e desestabilização da oposição”, embora nem sempre sejam identificadas a partir de informações publicamente disponíveis, possivelmente devido a sua natureza mais sensível à imagem das empresas, costumam emergir nas entrevistas com atores-chave. Ressalta-se ainda que nem sempre incentivos financeiros a tomadores de decisão em políticas públicas são legalmente permitidos, o que poderia explicar porque essa estratégia não é identificada em todos os países e regiões já avaliados. A constatação de que as “Estratégias legais” nem sempre se fazem presentes, seja em informações publicamente disponíveis ou entrevistas, pode dever-se ao fato de que mais provavelmente sejam empregadas após a efetivação da regulação governamental, e não durante o processo de discussão das políticas públicas.

Uma vez que o modelo proposto para classificar as estratégias e práticas de APC da indústria de alimentos e bebidas ultraprocessados baseia-se naquelas empregadas pela indústria do tabaco, aliado ao fato de que essas estratégias têm sido identificadas de forma reiterada nos mais diversos estudos, demonstra que esses setores industriais adotam práticas bastante semelhantes para influenciar processos decisórios relacionados a políticas públicas. Além disso, a identificação do uso das mesmas estratégias da APC em diferentes regiões do mundo apenas reflete a presença maciça de grandes corporações transnacionais produtoras de ultraprocessados (JAICHUEN et al., 2018; MIALON; MIALON, 2018).

Assim como qualquer metodologia de pesquisa, o modelo proposto por Mialon et al. (2015) apresenta algumas limitações. Ao se considerar informações disponíveis ao público, incorre-se no risco de não identificar atividades que possam impactar negativamente a imagem da empresa, as quais normalmente não são documentadas e divulgadas – dentre elas, destacam-se atividades de *lobby* e ações para fragmentar e desestabilizar os opositores das práticas corporativas. A condução de entrevistas tende a minimizar esse problema, mas também não assegura a identificação de todas as práticas empregadas, especialmente porque se trata de um tema bastante sensível e aqueles que estão dispostos a relatar as práticas do setor nem sempre têm conhecimento de todas elas. Apesar disso, os estudos até então já realizados foram capazes de identificar práticas relacionadas a todas as estratégias descritas. Da mesma forma, as seis estratégias propostas por Mialon et al. (2015) têm se mostrado suficientes para classificar as práticas identificadas.

Posteriormente, Mialon et al. (2018) adaptaram o modelo conhecido como *Policy dystopia*, originalmente desenvolvido por Ulucanlar et al. (2016) para avaliar as táticas da indústria do tabaco, para a APC da indústria de produtos ultraprocessados. Nesse modelo adaptado, as estratégias foram classificadas em “Instrumentais”, que

representam as ações concretas empregadas para minar os esforços para a elaboração e implementação de políticas públicas regulatórias, e “Discursivas”, compreendidas como aquelas estratégias que visam à construção de uma narrativa abrangente e verossímil da suposta inadequação de eventuais políticas regulatórias. Entre as estratégias “Instrumentais” encontram-se: “Gerenciamento de coalisões”, “Gerenciamento de informações”, “Envolvimento e influência diretos em políticas públicas” e “Ações legais”. Suas práticas e mecanismos correspondentes estão descritos no Quadro 2. Já as estratégias “Discursivas” incluem quatro domínios: “Economia”, “Governança”, “Custos esperados da indústria” e “Enquadramento do debate em questões relativas à alimentação e à saúde pública”. Os argumentos relacionados a cada um desses domínios encontram-se descritos no Quadro 3.

A partir dessa adaptação, Mialon et al. (2018) examinaram então o processo de elaboração do Nutri Score, o modelo de rotulagem nutricional frontal implementado na França. Os autores identificaram o uso de estratégias instrumentais, dentre as quais o “Gerenciamento de coalisões”, o “Gerenciamento de informações” e o “Envolvimento e influência diretos em políticas públicas”. Também identificaram o uso de estratégias discursivas que incluíam:

1) argumentos relacionados a supostos custos para a economia e a sociedade; 2) críticas ao sistema proposto, que seria simplista, discriminatório, incompleto e que traria uma abordagem medicalizada para a alimentação; 3) a proposta de um sistema de rotulagem alternativo, mais favorável ao setor industrial; 4) alegações quanto ao papel da indústria como “parte da solução”, à responsabilidade individual dos consumidores e à insuficiência de evidências quanto à efetividade do sistema de rotulagem proposto pelo Governo. Para os autores, essas estratégias podem ter contribuído para moldar a opinião pública e para retardar a adoção da norma de rotulagem francesa, que ocorreu em 31 de outubro de 2017.

Estratégia	Prática	Mecanismo
Gerenciamento de coalisões	Relacionamento com formadores de opinião e organizações de saúde	Promoção de interações público-privadas com organizações de saúde
		Apoio a organizações profissionais, inclusive por meio de financiamento e/ou propagandas em suas publicações
		Relacionamento informal com formadores de opinião
		Apoio ao emprego de colaboradores favoráveis à indústria em organizações de saúde
	Envolvimento na comunidade	Práticas de filantropia corporativa
		Apoio a iniciativas relacionadas à atividade física
		Apoio à realização de eventos (tais como para a população jovem ou relacionados a artes) e iniciativas voltadas à comunidade
	Relacionamento com a mídia	Relacionamento próximo com organizações de mídia, jornalistas e influenciadores para facilitar o apoio ao setor
	Construção de apoiadores	Estabelecimento de falsas organizações apoiadoras (<i>'astroturfing'</i>)
		Busca por apoio da comunidade e do empresariado pela oposição às medidas de saúde pública
	Fragmentação e desestabilização de apoiadores	Descrédito pessoal e público de defensores da saúde pública como, por exemplo, por meio da mídia e de <i>blogs</i>
		Infiltração e monitoramento de ações e estratégias de indivíduos, grupos e organizações que defendem a saúde pública
Criação de antagonismo entre profissionais		
Gerenciamento de	Produção	Financiamento de pesquisas (incluindo acadêmicos, escritores anônimos, instituições próprias de pesquisa e organizações de fachada)

<i>informações</i>	Amplificação	Seleção cuidadosa de dados que favoreçam o setor industrial, incluindo o uso de evidências não publicadas ou não revisadas por pares	
		Participação e realização de eventos científicos	
		Propostas de educação patrocinadas pelo setor industrial	
	Eliminação	Repressão à disseminação de pesquisas que não estejam adequadas aos interesses do setor industrial	
		Ênfase à discordância entre cientistas e foco nas dúvidas da ciência	
		Críticas às evidências científicas, com ênfase à sua complexidade e incerteza	
	Credibilidade	Ocultação da ligação do setor industrial com a produção de informação e evidências, inclusive por intermédio de cientistas como conselheiros, consultores ou porta-vozes.	
	<i>Envolvimento e Influência Diretos em políticas públicas</i>	Acesso direto	<i>Lobby</i> direto ou indireto (por meio de terceiros) para influenciar a legislação e políticas regulatórias de forma favorável ao setor industrial
			Uso da “porta giratória” como, por exemplo, a atuação de ex-funcionários da indústria no governo e vice-versa
Incentivos		Financiamento e incentivos financeiros a partidos políticos e formuladores de políticas públicas (doações, presentes, entretenimento ou outros incentivos financeiros)	
Ameaças		Ameaça de retirar investimentos se novas políticas públicas de saúde forem instituídas	
Atuação no processo de tomada de decisões pelo governo		Busca por envolvimento em grupos de trabalho, corpos técnicos e conselhos consultivos.	
	Fornecimento de apoio técnico e aconselhamento a formuladores de políticas públicas (incluindo consultorias)		
<i>Ações legais</i>	Uso de processos legais (ou ameaça de	Uso de litígio ou ameaça de seu uso contra governos, organizações ou indivíduos	

	seu uso) contra políticas públicas ou seus opositores	
	Influência no desenvolvimento de acordos comerciais e de investimentos	Influência no desenvolvimento de acordos comerciais e de investimentos de forma que cláusulas favoráveis ao setor industrial sejam incluídas (como por exemplo: limitação das restrições comerciais, mecanismos para que as empresas possam processar os governos)

Quadro 2 – Estratégias instrumentais de APC, suas práticas e mecanismos correspondentes empregados pela indústria de alimentos e bebidas ultraprocessados. Traduzido de Mialon et al. (2018).

Domínio	Argumento
<i>Economia</i>	Destaque para o número de empregos gerados e para a participação do setor na economia
<i>Governança</i>	Demonização do “Estado-babá”
<i>Custos esperados para o setor industrial</i>	Políticas regulatórias levam à redução das vendas e do emprego
	O custo para adaptação é elevado
<i>Delimitação do debate sobre questões relacionadas à alimentação e à saúde</i>	Destaque para as características positivas do setor industrial
	Desviar a responsabilidade do setor industrial e de seus produtos como, por exemplo, culpabilizando a responsabilidade individual, o papel dos pais ou o sedentarismo.
	Promoção das soluções preferidas pelo setor industrial: educação, dietas equilibradas, informação, iniciativas público-privadas, autorregulação (reformulação de produtos)

Quadro 3 – Domínios e argumentos relacionados às estratégias discursivas de APC empregadas pela indústria de alimentos e bebidas ultraprocessados. Traduzido de Mialon et al. (2018).

7. Evidências do Engajamento da Indústria de Alimentos e Bebidas Ultraprocessados em Atividade Política Corporativa no Brasil

No Brasil, ainda há uma importante lacuna de conhecimento acerca da influência da indústria de produtos ultraprocessados nos processos de elaboração de políticas públicas. Do ponto de vista acadêmico, a primeira descrição de que se tem notícia diz respeito às análises sobre o processo de regulação de publicidade de alimentos pela Agência Nacional de Vigilância Sanitária (Anvisa), iniciado em 2005 e que resultou na Resolução da Diretoria Colegiada (RDC) nº 24/2010. De acordo com Henriques et al. (2014), o setor regulado não escondeu seu posicionamento contrário à versão preliminar da norma e sua preferência pela manutenção do *status quo*. Baird (2016) examinou a ação política dos grupos de interesse empresariais nesse processo – representados pela Associação Brasileira das Indústrias de Alimentação (Abia) e pela Associação Brasileira das Indústrias de Refrigerantes e Bebidas Não Alcoólicas (Abir) – em que ficou evidente a sua intervenção junto à Anvisa e aos Poderes Executivo e Legislativo para influenciar os resultados da política pública. No processo, o acesso privilegiado dos lobistas, facilitado pelo grande poder econômico da indústria, contribuiu para a elaboração de uma versão mais branda do regulamento. Como resultado, na redação final da norma foram excluídos elementos relacionados à publicidade direcionada à criança que constavam na proposta inicial, tornando-a menos restritiva (HENRIQUES et al., 2014).

No entanto, mais recentemente, uma maior atenção tem sido direcionada ao estudo da APC desse setor, especialmente após a publicação do modelo para identificação e classificação das estratégias e práticas propostas por pesquisadores da INFORMAS (MIALON et al., 2015). A partir da coleta de documentos publicamente disponíveis e entrevistas com atores-chave, realizados entre outubro de 2018 e janeiro de 2019, e com o uso do modelo da *policy dystopia* adaptado à indústria de ultraprocessados, Mialon et al. (2021) relatam o emprego da estratégia “Gerenciamento de coalisões”, por meio de práticas que incluem “Interações com outros atores” e “Fragmentação e a desestabilização de opositores”; da estratégia “Gerenciamento de informações”; e da estratégia “Influência sobre políticas públicas e uso de ações legais”, com uso das práticas como o “Acesso indireto” e “Incentivo” a tomadores de decisões, “Atuação direta no processo decisório governamental” e “Ações legais”. Entre as estratégias “Discursivas”, reportam o uso de argumentos relativos à “Importância do setor para a economia e a sociedade” e o “Enquadramento do debate” de uma forma que lhes seja favorável. Novamente, observam-se estratégias e práticas bastante semelhantes àquelas identificadas internacionalmente.

Um novo processo regulatório da Anvisa também foi objeto de análise. Dessa vez, Mialon et al. (2021) avaliaram os argumentos empregados pelas associações de indústrias de produtos ultraprocessados durante as etapas iniciais do desenvolvimento de um novo sistema de rotulagem nutricional frontal, após a

manifestação da agência favoravelmente à adoção da rotulagem frontal de advertência. Os argumentos identificados a partir de informações de domínio público, coletadas entre dezembro de 2018 e abril de 2019, foram agrupados em duas categorias. A primeira incluiu aqueles que buscavam legitimar a participação da indústria no processo de elaboração da política: a indústria gera oportunidades econômicas, protege o direito individual de escolha do consumidor e apresenta outras soluções para o problema da obesidade e doenças crônicas não transmissíveis associadas à má alimentação. A segunda incluiu aqueles que questionavam a política de rotulagem nutricional frontal e a adoção da rotulagem de advertência: questionamentos acerca do processo de elaboração da política e do papel da Anvisa nesse processo, questionamentos acerca da ciência na qual a agência embasou suas decisões, necessidade de coerência entre a política que estava sendo discutida e outras normas e experiências nacionais e internacionais, e riscos econômicos e sociais decorrentes da adoção do modelo por ela proposto.

Finalmente, outro estudo nacional avaliou os argumentos empregados pela indústria contra uma medida regulatória que impactaria negativamente suas atividades: o aumento da tributação sobre as bebidas açucaradas. Mariath & Martins (2021) analisaram os discursos dos representantes da Associação Brasileira das Indústrias de Refrigerantes e Bebidas Não Alcoólicas (Abir) e da União da Indústria de Cana-de-Açúcar (Unica) em duas audiências públicas realizadas na Câmara dos Deputados, em 2017 e 2018, que trataram sobre o tema. No *lobby* direto junto aos parlamentares contra o aumento da tributação, foi identificado o uso de duas estratégias: “Informações e mensagens”, que se refere à disseminação de informações favoráveis às práticas e atividades da indústria, e “Substituição de políticas”, que diz respeito a iniciativas de autorregulação propostas pela indústria quando proposta regulação por parte do setor público. Enquanto na estratégia “Substituição de políticas” foi observada apenas a prática relacionada à “Promoção de alternativas à política pública”, na estratégia “Informações e mensagens” foram observadas quatro práticas descritas no modelo original de Mialon et al. (2015) (“Destaque para a importância econômica de suas atividades”, “Promoção da desregulação”, “Enquadramento do debate em questões relacionadas ao açúcar e à saúde” e “Seleção das evidências científicas relacionadas ao açúcar e à saúde”), além de uma nova, relativa à alegada importância do setor industrial para o meio ambiente. Constatou-se ainda que, de modo geral, os representantes dos dois setores industriais utilizam estratégias e práticas que se complementam, e seus argumentos se apresentam bastante alinhados.

8. Conclusão

A partir do conhecimento gerado até o momento, está claro que o setor emprega estratégias bastante semelhantes às da indústria do tabaco e do álcool para interferir direta ou indiretamente no processo de elaboração de políticas públicas. O desenvolvimento de um modelo para a identificação e classificação da APC da

indústria de alimentos e bebidas ultraprocessados por pesquisadores da INFORMAS tem contribuído substancialmente para facilitar o monitoramento das estratégias e práticas empregadas pelo setor que são levadas a público, inclusive no Brasil.

É certo que a participação dos mais diversos grupos de interesses nos processos de elaboração de políticas públicas faz parte do processo democrático. No entanto, justamente porque o setor industrial pode ser considerado um grupo de interesse especial, com elevado poder econômico e político, pode haver um grande desequilíbrio de forças nesses processos, especialmente quando há direitos difusos envolvidos – entre eles, o direito à alimentação saudável e à saúde. Diante disso, destaca-se a necessidade de estudos adicionais que busquem determinar em que medida a interferência da indústria de alimentos e bebidas ultraprocessados de fato influencia o processo decisório e quais condições se associam ao seu sucesso.

REFERÊNCIAS

ATTARÇA, M. A contribution to the modeling of corporate political environment dynamics. *International Studies of Management & Organization*, v. 35, n. 3, p. 25-49, 2005.

BAIRD, M. F. O lobby na regulação da publicidade de alimentos da Agência de Vigilância Sanitária. *Revista de Sociologia e Política*, v. 24, n. 57, p. 67-91, mar. 2016.

BHUYAN, S. Corporate political activities and oligopoly welfare loss. *Review of Industrial Organization*, v. 17, n. 4, p. 411-426, Dec. 2000.

HASTINGS, G. Why corporate power is a public health priority. *BMJ*, v. 345, p. e5124, Aug. 2012.

HENRIQUES, P.; DIAS, P. C.; BURLANDY, L. A regulamentação da propaganda de alimentos no Brasil: convergências e conflitos de interesses. *Cadernos de Saúde Pública*, v. 30, n. 6, p. 1219-1228, jun. 2014.

HILLMAN, A. J.; KEIM, G. D.; SCHULER, D. Corporate Political Activity: A Review and Research Agenda. *Journal of Management*, v. 30, n. 6, p. 837-857, Nov. 2004.

JAICHUEN, N. et al. Corporate political activity of major food companies in Thailand: an assessment and policy recommendations. *Global Health*, v. 14, n. 1, p. 115, Nov. 2018.

LORD, M. D. Corporate political strategy and legislative decision making. *Business & Society*, v. 39, n. 1, p. 76-93, Mar. 2000.



LUX, S.; CROOK, R.; LEAP, T. Corporate political activity: the good, the bad, and the ugly. **Business Horizons**, v. 55, n. 3, p. 307-312, May-Jun 2012.

MARIATH, A.B.; MARTINS, A.P.B. Sugary drinks taxation: industry's lobbying strategies, practices and arguments in the Brazilian Legislature. **Public Health Nutrition**, p. 1-10, abr. 2021. Doi: 10.1017/S136898002100149X.

MIALON, M. et al. A consistent stakeholder management process can guarantee the “social license to operate”: mapping the political strategies of the food industry in Brazil. **Cadernos de Saúde Pública**, v. 37, s. 1, 2021.

MIALON, M. et al. Analysis of the corporate political activity of major food industry actors in Fiji. **Globalization and Health**, v. 12, n. 1, p.1-14, May 2016.a

MIALON, M. et al. Arguments used by trade associations during the early development of a new front-of-pack nutrition labelling system in Brazil. **Public Health Nutrition**, p. 1-9, Out. 2020. doi:10.1017/S1368980020003596.

MIALON, M. et al. ‘Maximising shareholder value’: a detailed insight into the corporate political activity of the Australian food industry. **Physical Activity and Nutrition**, v. 41, n. 2, p. 165-171, Mar 2017.

MIALON, M. et al. Systematic examination of publicly-available information reveals the diverse and extensive corporate political activity of the food industry in Australia. **BMC Public Health**, v. 16, p. 1-13, Mar 2016.b

MIALON, M. et al. The policy dystopia model adapted to the food industry: the example of the Nutri-Score saga in France. **World Nutrition**, v. 9, n. 2, p. 109-120, 2018.

MIALON, M.; MIALON, J. Analysis of corporate political activity strategies of the food industry: evidence from France. **Public Health Nutrition**, v. 21, n. 18, p. 3407-3421, Dec. 2018.

MIALON, M.; MIALON, J. Corporate political activity of the dairy industry in France: an analysis of publicly available information. **Public Health Nutrition**, v. 20, n. 13, p. 2432-2439, Sept. 2017.

MIALON, M.; SWINBURN, B.; SACKS, G. A. proposed approach to systematically identify and monitor the corporate political activity of the food industry with respect to public health using publicly available information. **Obesity Reviews**, v.16, n. 7, p. 519-530, Jul. 2015.

MIALON, M.; GOMES, F. D. S. Public health and the ultra-processed food and drink products industry: corporate political activity of major transnationals in

Latin America and the Caribbean. **Public Health Nutrition**, v. 22, n. 10, p. 1-11, Mar. 2019.

NOVAK, N. L.; BROWNELL, K.D. Role of Policy and Government in the Obesity Epidemic. **Circulation**, v. 126, n. 19, p. 2345–2352, Nov. 2012.

ROBERTO, C.A. et al. Patchy progress on obesity prevention: emerging examples, entrenched barriers, and new thinking. **Lancet** 2015 Jun 13; **Lancet**, v. 85, n. 9985, p.2400-2409, Jun. 2015.

SMITH, K. et al. Tobacco, Alcohol, and Processed Food Industries - Why Do Public Health Practitioners View Them So Differently? **Front Public Health**, v. 4, p. 64, Apr. 2016.

SWINBURN, B. A. et al. The global obesity pandemic: shaped by global drivers and local environments. **Lancet**, v. 378, n. 9793, p. 804-814, ago. 2011.

SWINBURN, B. et al. INFORMAS (International Network for Food and Obesity/non-communicable diseases Research, Monitoring and Action Support): overview and key principles. **Obesity Reviews**, v.14, s. 1, p. 1-12, out. 2013.

TSELENGIDIS, A.; ÖSTERGREN, P. O. Lobbying against sugar taxation in the European Union: Analysing the lobbying arguments and tactics of stakeholders in the food and drink industries. **Scandinavian Journal of Public Health**, v. 47, n. 5, p. 565-575, Jul. 2019.