

Mc Donald's nega parceria publicitária com Ministério da Saúde

Rede americana de lanchonetes afirma desconhecer título de "Parceira da Saúde" e diz que toalha de bandeja não é propaganda

"O McDonald's se orgulha em realizar campanhas de promoção da saúde", diz nota

São Paulo – O Mc Donald's Brasil nega que tenha feito uma parceria com o Ministério da Saúde para uma campanha publicitária que misturaria os produtos da rede com dicas de saúde.

Segundo a empresa, um dos lados da toalha de bandeja foi cedido ao órgão, que escolheu as informações que seriam divulgadas sobre o tema "Saúde e Equilíbrio". No verso, assim como acontece em todas as lâminas, foi colocada a tabela nutricional dos produtos vendidos pela rede de lanchonetes conforme determina a lei.

A toalha, no entanto, revoltou entidades e professores da área de nutrição, que enviaram carta de repúdio ao ministro Alexandre Padilha.

"Não há fundamento na crítica ao Ministério da Saúde por suposto envolvimento em campanha publicitária da empresa, já que as lâminas de bandeja não têm qualquer referência promocional aos produtos da marca – e são distribuídas exclusivamente para quem já se encontra dentro dos restaurantes. Trata-se de um espaço de comunicação capaz de sensibilizar 1,5 milhão de clientes por dia, e que foi utilizado para transmitir hábitos de vida saudável definidos pelo Ministério da Saúde, sem qualquer interferência da rede", diz a nota (leia a íntegra na próxima página) do Mc Donald's enviada a EXAME.com.

A empresa explica que a toalha com as dicas do Ministério da Saúde não está mais em circulação, e afirmar desconhecer a informação de que tenha recebido do órgão o título de "Parceiro da Saúde", conforme afirmaram as entidades que encaminharam carta de repúdio ao ministro Alexandre Padilha.

"É importante frisar que na referida lâmina, utilizada em março/abril nos restaurantes e já substituída, em nenhum momento há qualquer chancela do Ministério da Saúde e nem

qualquer selo de "Parceiro da Saúde". A empresa jamais recebeu qualquer autorização do Ministério para o uso de tal título ou selo e muito menos o usou em qualquer material informativo, promocional ou publicitário. Na referida lâmina há apenas a referência à fonte da informação (uma exigência legal) e à divulgação do telefone do Disk Saúde para os interessados em mais dados, sem interligação com os produtos da empresa."

A rede americana de lanchonetes diz não entender a elaboração da carta contrária a "uma campanha de serviço público que vem sendo desenvolvida há anos".

Leia a íntegra da nota do Mc Donald's enviada a EXAME.com:

"O McDonald's não entende a elaboração de tal carta contrária a uma campanha de serviço público que vem sendo desenvolvida há anos pela empresa. Ainda mais por tratar-se da primeira manifestação contrária registrada desde que a empresa começou a utilizar esse espaço para a conscientização de seus clientes a respeito de temas cruciais como a prevenção da dengue, câncer, H1N1, rubéola e de atitudes em prol da vacinação infantil e da sustentabilidade. Entre os órgãos da área de saúde consultados para a realização de tais iniciativas, incluem-se não apenas o Ministério, mas também Secretarias municipais e estaduais e a Organização Panamericana de Saúde.

É importante frisar que na referida lâmina, utilizada em março/abril nos restaurantes e já substituída, em nenhum momento há qualquer chancela do Ministério da Saúde e nem qualquer selo de 'Parceiro da Saúde'. A empresa jamais recebeu qualquer autorização do Ministério para o uso de tal título ou selo e muito menos o usou em qualquer material informativo, promocional ou publicitário. Na referida lâmina há apenas a referência à fonte da informação (uma exigência legal) e à divulgação do telefone do Disk Saúde para os interessados em mais dados, sem interligação com os produtos da empresa.

Não há fundamento na crítica ao Ministério da Saúde por suposto envolvimento em campanha publicitária da empresa, já que as lâminas de bandeja não têm qualquer referência promocional aos produtos da marca - e são distribuídas exclusivamente para quem já se encontra dentro dos restaurantes. Trata-se de um espaço de comunicação capaz de sensibilizar 1,5 milhão de clientes por dia, e que foi utilizado para transmitir hábitos de vida saudável definidos pelo Ministério da Saúde, sem qualquer interferência da rede.

No verso da lâmina, sem qualquer referência ao Ministério, são apresentados de forma objetiva os dados nutricionais dos produtos da empresa, como determinam os órgãos

regulatórios. O McDonald's é o pioneiro do setor na divulgação de informações nutricionais desde 1994 e, de forma transparente, fornece esses dados nos restaurantes, nos guias nutricionais, no website da empresa e nas embalagens dos produtos. Não há qualquer adjetivação ou indução ao consumo.

Não há qualquer dado objetivo que ligue o consumo dos produtos da rede a comportamentos não saudáveis. Ao contrário de alimentos ultra-processados mencionados na carta, o McDonald's oferece alimentos frescos e preparados na hora, com os mesmos ingredientes encontrados nas geladeiras dos consumidores, e das mesmas marcas de fornecedores consagrados. Dessa maneira, não há fundamento na tentativa de associar a empresa ao aumento da obesidade da população identificado nas pesquisas do IBGE, até porque a empresa possui restaurantes em menos de 150 municípios do país.

O McDonald's se orgulha em realizar campanhas de conscientização pública que visam à promoção da saúde e prevenção de doenças. E não apenas isso: busca operar de forma sustentável e com extrema responsabilidade, oferecendo uma diversidade cada vez maior de seu cardápio."