

TIREM O REFRIGERANTE DE CAMPO

Giovanni Vincenzo Infantino
Presidente, FIFA
Fédération Internationale de Football Association (FIFA)
FIFA-Strasse 20
Zurique 8044, Suíça

Assunto: Mais de 850.000 pessoas aderiram ao apelo: encerrar a parceria da FIFA com a Coca-Cola até 2030

Prezado presidente Infantino e membros do Conselho da FIFA,

Durante a Copa do Mundo de 2026, [pessoas de diferentes países, culturas e idiomas se uniram em torno de uma mensagem clara](#): bebidas açucaradas não têm lugar no maior palco do futebol.



Mais de 850.000 pessoas. 105 organizações. 195 países. Um movimento global em crescimento. Ao longo do torneio, Tirem o Refrigerante de Campo (tradução livre do inglês *Kick Big Soda Out*) alcançou mais de 100 milhões de pessoas, levando seu apelo a torcedores de futebol em todo o mundo.

A FIFA *agora* tem uma escolha: se posicionar ou continuar lucrando com um acordo de patrocínio impopular que prejudica a saúde e o planeta.

TIREM O REFRIGERANTE DE CAMPO

Segundo as próprias estimativas da FIFA, 5,2 bilhões de pessoas haviam interagido com o torneio apenas até o fim das oitavas de final. Esse alcance extraordinário gerou uma enorme influência, inclusive sobre crianças e jovens. A cada gol, cada comemoração e cada replay, todos vimos as maiores estrelas do futebol promovendo inadvertidamente bebidas açucaradas, que estão associadas à obesidade, à diabetes tipo 2 e a outras doenças relacionadas à alimentação.

Vamos chamar isso pelo que é: sportswashing. Uma corporação global que se vale da credibilidade do esporte para ocultar os danos associados ao seu produto.

Em 1986, a FIFA anunciou que deixaria de aceitar publicidade de patrocinadores da indústria do tabaco. O patrocínio da Coca-Cola está sujeito a renovação em 2030: o momento de agir é agora.

Pedimos à FIFA que:

1. Se comprometa publicamente a encerrar seu acordo de patrocínio com The Coca-Cola Company.
2. Adote uma política de parcerias comerciais baseada na saúde, alinhada aos [padrões de integridade, inclusão e responsabilidade](#) da FIFA para seus patrocinadores corporativos, que exclua patrocinadores de bebidas açucaradas a partir de 2030.
3. Promova parceiros que reflitam a saúde e o futuro dos jogadores, dos torcedores e da comunidade.

A credibilidade do futebol deve inspirar as pessoas, e não ser usada para vender produtos que lhes fazem mal.

Há quarenta anos, a FIFA estabeleceu um limite em relação ao tabaco. É hora de estabelecer esse mesmo limite em relação à Indústria de Refrigerantes.

Atenciosamente,
Movimento Tirem o Refrigerante de Campo