

L'usage de tout système électronique ou informatique est interdit dans cette épreuve

Traduire en français le texte ci-dessous.

O mundo a engordar : a culpa é da McDonald's ?

E se, de repente, a cadeia McDonald's se tornasse um ícone de um estilo de vida saudável? Isso é precisamente o que a multinacional norte-americana quer. Sem nunca abdicar do histórico BigMac e da inseparável dose de batatas fritas, a empresa está a juntar ao menu saladas, sanduíches, frutas e sopas, entre outros produtos. Mas isso será apenas o lado mais visível da transfiguração anunciada. A empresa coloca desportistas nas campanhas publicitárias. E, quando um polémico filme surge na tela do cinema exibindo a assustadora "engorda" de um homem que se alimentou exclusivamente de produtos da McDonald's durante um mês, por coincidência ou não, a empresa decide oferecer aos seus clientes uns novos "pedómetros" – pequenos aparelhos que colocados na cintura das calças contabilizam os passos dados durante um dia. A "nova receita" parece difícil de engolir e ainda há muitos que consideram a empresa como a "principal responsável" pelo aumento da obesidade da população mundial, especialmente preocupante nas crianças, com todos os riscos que isso acarreta para a saúde.

A Organização Mundial de Saúde estima que 50 por cento da população que vive em países desenvolvidos será obesa em 2025. Em Portugal, a doença já afectará 30 por cento das pessoas. É irracional atribuir a culpa deste cenário aterrador exclusivamente à McDonald's, assim como será ilógico restringir a alimentação de quem quer que seja a hambúrgeres e batatas fritas. Nos processos judiciais os clientes dizem-se vítimas de uma sistemática e pouco ética promoção de produtos alimentares prejudiciais à saúde pelas corporações americanas de "fast-food".

Acusada de "crime" por muitos, a McDonald's tem duas respostas bem estudadas na ponta da língua para isso: "Tudo é uma questão de escolha" e "não sabemos se somos parte do problema, mas queremos ser parte da solução". Ou seja, por um lado, se está gordo a culpa é sua – o que parece lógico – e, por outro, a McDonald's diz-nos que quer tratar da saúde dos seus clientes – o que dependendo da dose de ironia que tempera a expressão pode servir os que defendem e os que condenam esta cadeia. O que já não depende do lado que se toma é a objectiva mudança em curso. Por mais que se duvide das boas intenções, a McDonald's já não é o que era. Nem quer ser. Se hoje entrar num dos restaurantes da companhia em França, por exemplo, poderá encontrar um cenário totalmente diferente do tradicional ambiente plástico em tons de amarelo e vermelho. E esqueça a ideia de que a McDonald's é igual em qualquer parte do mundo. Cada vez mais, a empresa quer adaptar o menu ao país anfitrião. Portugal, por exemplo, é o único local onde poderá encontrar o pastel de nata num McDonald's.

Texto de Andrea Cunha Freitas,

Pública, 17/10/04 (adaptado)