

TEMA: Alimentación

SUBTEMA: Productos chatarra engaño

REFERENCIA: Carbajal, B. (21 de diciembre de 2020). Empresas de productos 'chatarra' recurren al engaño en la pandemia. *La Jornada*. Recuperado de <http://bit.ly/3iJJuSK>

NOTA:

### **Empresas de productos 'chatarra' recurren al engaño en la pandemia**

Gigantes corporaciones de alimentos y bebidas aprovecharon la pandemia de Covid-19 para promover sus alimentos ultraprocesados (*chatarra*) entre poblaciones especialmente vulnerables de México y de otros países, reveló un estudio de Incubadora de Promoción de la Salud Mundial (GHAJ, por sus siglas en inglés).

En su informe *Frente a dos pandemias. Cómo las grandes empresas de alimentos socavaron la salud pública en la era del Covid-19*, la organización civil detalla cómo firmas como Coca-Cola, McDonald's, Nestlé y PepsiCo, entre otras, aprovecharon la pandemia para comercializar sus productos de manera agresiva y tratar de influir en las políticas alimentarias alrededor de mundo.

En el caso concreto de México, señala el documento, las grandes corporaciones intentaron posponer, con el argumento de la crisis económica por la pandemia, la entrada en vigor del nuevo etiquetado frontal que mediante octágonos negros advierte al consumidor sobre los altos contenidos en grasas, azúcares, calorías y sodio en alimentos y bebidas procesadas.

Las empresas trabajaron entre bastidores para bloquear las políticas alimentarias, incluso usaron el Covid-19 como pretexto para retrasar la puesta en marcha de un

nuevo etiquetado de advertencia México, apuntó el informe elaborado con datos de 18 países, donde encontró más de 280 ejemplos de acciones negativas de la industria.

En México, la iniciativa privada, encabezadas por el Consejo Coordinador Empresarial, la Asociación Nacional de Tiendas de Autoservicio y Departamentales, y por la Confederación Patronal de la República Mexicana (Coparmex) alzaron la voz para posponer el nuevo etiquetado; sin embargo, el gobierno comenzó su aplicación desde el primero de octubre, con sanciones para quienes incumplan a partir del primero de diciembre.

Además de tratar de frenar la nueva norma, las grandes empresas, señala el documento, emprendieron en México y en otros países múltiples estrategias de comercialización de comida *chatarra* y bebidas azucaradas durante la pandemia, apelando a sentimientos como la nostalgia y la comodidad, mientras personas de todo el mundo permanecían en cuarentena en casa.

Otras acciones cuestionables de la industria durante la pandemia, señala el informe, son posicionar los alimentos y bebidas ultraprocesados como productos esenciales, cuando no saludables, o llevar a cabo acciones filantrópicas mientras se ejerce presión activa contra las políticas de alimentación saludable.

Además de donar alimentos y bebidas *chatarra* a poblaciones vulnerables, incluidos niñas y niños en programas escolares y otras poblaciones de bajos ingresos, lo que contribuye a empeorar las condiciones de salud como obesidad, diabetes y enfermedades cardiovasculares.

Estos mensajes engañosos ayudaron a posicionar los productos alimenticios y las bebidas no saludables como seguros y vitales para el consumo doméstico, advierte el organismo.

## COMENTARIO

La pelea entre las autoridades de salud y la industria dedicada a la producción de alimentos denominados como comida chatarra ha sido una constante durante la mayor parte del año, las empresas pusieron mucha resistencia ante las políticas del nuevo etiquetado, incluso metiendo amparos para intentar frenar la implementación de estas restricciones, a pesar de ello la nueva normatividad del etiquetado llegó a mediados del año, que pareciera ya comenzar a tener buenos resultados, pues la Cámara Nacional de la Industria de Conservas Alimenticias (Canainca)<sup>1</sup> asegura que La industria mexicana ha reducido entre el 35% y 55% del contenido calórico de 3,000 productos de alimentos procesados en los últimos 10 años en el proceso de reformulación para combatir la obesidad.

El objetivo del etiquetado era precisamente influir en la reformulación de los ingredientes que componen a los productos con el fin de que estos sean menos nocivos para la salud, la oposición mencionaba que esto representaría una importante pérdida económica, lo que ha llevado a las mismas empresas a recurrir a engaños aprovechándose de la situación de necesidad que ha traído la pandemia en el tema de la alimentación llevando sus productos a comunidades vulnerables, que consumen

---

<sup>1</sup> Forbes México. (8 de octubre de 2020). Se han reducido calorías en 3,000 alimentos procesados en 10 años, asegura industria. Recuperado de <http://bit.ly/3ojqbkq>

dichos productos por la necesidad de tener alimento, no porque estos tengan un efecto positivo o nutritivo en nuestro organismo, como lo intentan disfrazar la industria de la comida chatarra.

**RESPONSABLE**

Cynthia Guadalupe Hernández Rojas