

El informe “Marketing expuesto” muestra cómo la mercadotecnia socava la salud

Submitted by ncd-admin on 24 enero, 2023 - 01:16

Idioma Español

En noviembre, la Incubadora para la incidencia por la salud mundial (Global Health Advocacy Incubator, GHAI) publicó un informe sobre cómo las prácticas de publicidad, promoción y patrocinio de los alimentos y bebidas ultraprocesados están afectando la vida de las personas y la salud del planeta al dirigir sus campañas hacia poblaciones vulnerables y mediante prácticas de ecoblanqueo que le permite a la industria tener espacios privilegiados en las mesas donde se diseñan las políticas.

Cómo asesora legal de Políticas Alimentarias de GHAI con sede en Argentina, este informe se basó directamente en los trabajos de derechos humanos que he realizado en Argentina, Brasil y Vietnam. Los alimentos que consumimos, producimos, fabricamos, distribuimos y comercializamos tienen impacto en el medio ambiente y en la sociedad en su conjunto. Lo que comemos está profundamente entremezclado con el poder y las estructuras políticas y sociales a todos los niveles del gobierno.

Múltiples actores son responsables de promover sistemas alimentarios verdaderamente equitativos, sostenibles y orientados al bien común. Sin embargo, el sector privado con frecuencia impide que esto suceda a través de estrategias orientadas al lucro, como la mercadotecnia. El informe “[Marketing Exposed](#) [1]” busca descubrir estas prácticas que amenazan a las políticas de alimentos saludables y que ponen en riesgo la salud pública.

Como parte de la [iniciativa de GHAI para vigilar a la industria](#) [2], analizamos y recopilamos datos sobre el comportamiento corporativo de las grandes empresas de alimentos y bebidas que debilitan la creación e implementación de políticas de salud pública enfocadas a promover los ambientes de alimentos saludables. Este trabajo sirvió como base para este nuevo informe -el tercero de esta serie- que contiene un análisis cualitativo resumido de más de 300 ejemplos obtenidos a través de fuentes públicas en más de 52 países.

El informe destaca las prácticas de la industria a nivel mundial reflejadas en diversos países y regiones. También identifica cuatro formas principales en que la comercialización de alimentos y bebidas ultraprocesados amenaza la política de salud pública y promueve dietas poco saludables que están causando consecuencias mortales para las y los consumidores.

1. La comercialización de alimentos ultraprocesados produce una cascada de efectos perjudiciales que configuran entornos insalubres y sobrecargan a los estados y a las poblaciones con resultados adversos para la salud y otros resultados negativos.
2. Además de las prácticas de publicidad, promoción y patrocinio, la mercadotecnia de los ultraprocesados contienen acciones corporativas de lavado de imagen (como la Responsabilidad Social Corporativa) que permiten a la industria capturar e influir en audiencias nuevas y vulnerables, al mismo tiempo que ganan espacios privilegiados en las mesas de creación de políticas.
3. La comercialización de productos ultraprocesados es agresiva, insidiosa y omnipresente. Le permite a la industria determinar lo que deben comer los consumidores, al tiempo que desplaza los elementos alimentarios tradicionales de diferentes culturas.
4. Los niños, niñas y adolescentes son víctimas de esta explotación comercial debido a que las corporaciones saturan el mercado de los alimentos con productos que no son saludables.

Estas razones destacan la necesidad de que existan regulaciones para la mercadotecnia de los alimentos y bebidas chatarra además de que urge hacer responsable a la industria por estas prácticas nocivas. Aunque los alimentos y la nutrición adecuados son un derecho humano, la industria de ultraprocesados ha intentado transformarlos (incluyendo el agua) en mercancía. Tampoco asumen la responsabilidad por su impacto en la salud si no que culpa únicamente a los individuos y a las personas responsables de las y los niños.

Este es un tema muy personal, ya que el sistema actual de alimentación está afectando la salud y calidad de vida de la gente en todo el mundo al mismo tiempo que está acelerando el cambio climático.

Los alimentos y las bebidas ultraprocesados están ligados a prácticas agrícolas insostenibles, a la contaminación con plástico, a las emisiones de CO₂, al acaparamiento de tierras y a muchos otros temas cruciales que afectan a las generaciones presentes y futuras. Además, la industria enfoca sus campañas de alimentos no saludables hacia las infancias y a adolescentes para asegurarse ganancias a futuro.

Mientras el mundo espera restricciones de comercialización integrales y obligatorias, los sistemas actuales de alimentos orientados en la industria agrícola se están deteriorando y la salud humana se ve amenazada por enfermedades y muertes que pueden prevenirse, y que tienen altos costos económicos y sociales.

“[Marketing Exposed](#) [1]” explica por qué la industria de ultraprocesados no debe continuar creando ambientes insalubres, que sobrecargan a la población e influyen sobre las y los responsables políticos, explotan a las infancias y destruyen las culturas alimentarias.

En este contexto global tan complicado, los OSC juegan un papel clave en la promoción de políticas de salud pública que impulsan el bien común por encima de los intereses de la industria. El informe ofrece recomendaciones a los gobiernos, a activistas de los OSC y de los derechos humanos que trabajan en estos temas, para que desempeñen un papel clave en la lucha contra la oposición y la influencia de la industria en todos los niveles gubernamentales. Estas acciones incluyen:

- Promulgar o incidir por restricciones de mercadotecnia corporativa obligatorias e integrales basadas en evidencia independiente
- Proteger a las y los niños y a otras poblaciones que se encuentran en situaciones o condiciones vulnerables frente a la explotación comercial
- Rechazar propuestas de políticas alternativas posicionadas por actores privados que garantizan la autonomía corporativa y el mantenimiento de las externalidades negativas
- Excluir a la industria de ultraprocesados y sus aliados de la mesa de creación de políticas a todos los niveles gubernamentales

Las implicaciones negativas de la comercialización de ultraprocesados se pueden prevenir. Los gobiernos deben

responder a esta amenaza y las OSC son clave para avanzar en este trabajo.

Sobre la autora:

Luján Abramo es la asesora legal del Programa de Política Alimentaria Global. En esta función colabora y apoya a las organizaciones asociadas en todo el programa. Anteriormente, Luján analizó la legislación sobre el control del tabaco y seguridad vial para el consorcio jurídico de la campaña Niños Libres de Tabaco (Tobacco-Free Kids) y el equipo de seguridad vial de GHAI. También se desempeñó como asesora legal del programa de Política Alimentaria y trabajó en temas de política alimentaria para la Organización Panamericana de la Salud. Tiene vasta experiencia trabajando en el campo de los derechos humanos en Argentina, Brasil y Vietnam.

Featured:

Search Keywords: ultra-processed food, beverage products, UPPs, marketing, corporate washing, malnutrition, bid food, big soda, industry influence

Related Resource: [Signalling Virtue, Promoting Harm - Unhealthy commodity industries and COVID-19](#) [3]

Related Content: [Dietas no saludables y malnutrición](#) [4]

Tags: [alimentos ultra procesados](#) [5]

[health taxes](#) [6]

[harmful marketing](#) [7]

[corporate washing](#) [8]

[nutrición](#) [9]

[bebidas azucaradas](#) [10]

[interferencia de la industria](#) [11]

Teaser Image: [interferencia de la industria](#) [11]

Source URL: <https://ncdalliance.org/es/news-events/blog/el-informe-%E2%80%9Cmarketing-expuesto%E2%80%9D-muestra-c%C3%B3mo-la-mercadotecnia-socava-la-salud>

Enlaces

[1] <https://uppindustrywatch.net/>

[2] <http://advocacyincubator.org/food-policy/industry-watch-resources/>

[3] <https://ncdalliance.org/es/node/11116>

[4] <https://ncdalliance.org/es/acerca-de-las-ent/factores-de-riesgo-prevenci%C3%B3n/dietas-no-saludables-y-malnutrici%C3%B3n>

[5] <https://ncdalliance.org/es/taxonomy/term/97>

[6] <https://ncdalliance.org/es/taxonomy/term/1568>

[7] <https://ncdalliance.org/es/taxonomy/term/1583>

[8] <https://ncdalliance.org/es/taxonomy/term/1495>

[9] <https://ncdalliance.org/es/category/tags/nutrition>

[10] <https://ncdalliance.org/es/taxonomy/term/748>

[11] <https://ncdalliance.org/es/taxonomy/term/1438>