

ODS 12

Reducir el consumo de alimentos y bebidas ultraprocesados es esencial para alcanzar el ODS 12

POR MARISA MACARI, ALEJANDRO CALVILLO Y FIORELLA ESPINOSA, EL PODER DEL CONSUMIDOR

El consumo de productos alimenticios y bebidas ultraprocesados (PUP) ha transformado rápidamente nuestros sistemas alimentarios.¹ Los PUP tienen un alto contenido en azúcar añadido, sal, grasas saturadas, grasas trans y aditivos, y tienen poco valor nutricional. Son hipersabrosos, cómodos, ubicuos, fuertemente comercializados y altamente rentables para las corporaciones de alimentos y bebidas. El consumo de estos productos está sustituyendo al consumo de alimentos no elaborados o mínimamente elaborados, lo que tiene consecuencias para la salud y el medio ambiente.

En lo que respecta a la salud, el consumo de estos productos se ha relacionado con la obesidad, la diabetes, las enfermedades cardíacas y ciertos tipos de cáncer.² Mientras tanto, el procesamiento, la distribución y la venta al por menor de estos alimentos ha originado patrones insostenibles de producción y consumo en detrimento del medio ambiente.

Cuatro políticas públicas del lado del consumidor son fundamentales para avanzar hacia el ODS 12 y promover sistemas alimentarios sostenibles. Estas políticas tienen por objeto proteger los derechos de los consumidores y los niños, así como el derecho a una alimentación adecuada y al agua, invirtiendo la tendencia insostenible hacia el consumo de los PUP. A su vez, al cambiar los patrones de consumo, estas políticas promoverán prácticas de producción

sostenibles y protegerán los derechos de los pequeños productores de alimentos.

Una política prioritaria consiste en restringir la disponibilidad de los PUP en las escuelas. Los alimentos suministrados en las escuelas deben consistir en su mayor parte en alimentos no procesados o mínimamente procesados y agua potable disponible gratuitamente. Se debe minimizar la cantidad de envases alimentarios y restringir la comercialización de alimentos y bebidas. También se debe limitar la venta y comercialización de los PUP en la periferia del recinto escolar. La política alimentaria escolar debe desarrollarse a nivel nacional o de distrito junto con la participación del sector agropecuario de forma que fomente no solo el consumo sostenible sino también la producción. Debería dar prioridad a los pequeños productores territoriales de alimentos y a los productos de temporada, y garantizar que una parte de la oferta de alimentos escolares sea suministrada directamente por los pequeños productores, como en el caso de Brasil.³

Otra prioridad clave es la publicación de una normativa sobre la comercialización de alimentos ultraprocesados para los niños. Las investigaciones demuestran que la mayor parte del marketing de alimentos dirigida a los niños atañe a los PUP. El marketing bombardea a los niños con mensajes persuasivos que los llevan a desarrollar preferencias por alimentos poco saludables. Una fuerte regulación sobre la comercialización de alimentos dirigida a los niños

1 Monteiro et al. (2013).

2 Para una breve descripción de la repercusión de los PUP en la salud, véase: <http://protejamossusalud.org/>.

3 Hawkes et al. (2016).

que busque crear prácticas de consumo sostenible debe incluir restricciones a la comercialización en todos los canales de comunicación, no solo en la televisión y la radio, sino también en los espacios públicos, en los puntos de venta, en las redes sociales, los videojuegos y los envases de productos. Además, debe prohibir el uso de celebridades y personalidades que se dirijan a los niños, así como el uso de juguetes gratuitos, premios y patrocinios de eventos. Del mismo modo, también debe regularse la comercialización de la leche en polvo, tal como se estipula en el Código Internacional de Comercialización de Sucedáneos de la Leche Materna.

La tercera prioridad política que puede contribuir a la aplicación del ODS 12 hace referencia al etiquetado de advertencia en la parte frontal de los envases de alimentos y bebidas. Las etiquetas han de emplear símbolos, formas y colores para advertir a los consumidores de que un producto tiene un alto contenido en azúcar, sal o grasas saturadas. Las etiquetas de advertencia solo deben aparecer en alimentos no saludables y envasados; por tanto, las opciones más saludables y los alimentos sin envasar, como las frutas y verduras, no necesitarían advertencias. El objetivo de las etiquetas frontales de advertencia consiste en animar a los consumidores a seleccionar alimentos y bebidas sin advertencias, pasando así de consumir PUP a alimentos no procesados o mínimamente procesados. La etiqueta frontal chilena,⁴ que ha demostrado ser fácil de entender, incluso para los niños de la escuela primaria, es considerada por la Organización Panamericana de la Salud (OPS) como una de las mejores prácticas internacionales que puede ayudar a que los consumidores se inclinen por alimentos más sanos y sostenibles.

La cuarta prioridad política consiste en el impuesto sobre las bebidas azucaradas. Este impuesto ha sido reconocido como una estrategia clave para limitar el consumo de bebidas azucaradas que son responsables de aproximadamente 184.000 muertes en todo el mundo (en 2010) debido a enfermedades crónicas relacionadas con la obesidad.⁵ El consumo de estas

bebidas no solamente es nocivo, sino que su producción es altamente insostenible debido a la cantidad de agua necesaria y las aguas residuales generadas en la producción, la utilización de botellas de plástico de un solo uso y el hecho de que el derecho al agua de muchas comunidades se ha visto amenazado a causa de las prácticas extractivistas de agua por parte de las multinacionales de bebidas. La Organización Mundial de la Salud recomienda un impuesto sobre las bebidas azucaradas del 20 por ciento.⁶ El objetivo es doble: reducir el consumo de estas bebidas insostenibles y generar ingresos para que el Estado pueda proporcionar bienes y servicios públicos, como fuentes de agua potable en escuelas y espacios públicos, que fomenten prácticas sostenibles y contribuyan a la prevención de la obesidad. La evidencia de México indica que este impuesto, a pesar de ser bajo —aproximadamente, el 10 por ciento—, está reduciendo las compras de bebidas azucaradas. Concretamente, la reducción en México fue del 6 por ciento en el primer año (2014) de la introducción del impuesto, y hasta un 9,7 por ciento en el segundo año (2015).⁷ Esta disminución fue más pronunciada en los hogares de bajos ingresos y en aquellos con niños.⁸

Para que estas políticas contribuyan efectivamente a lograr el ODS 12, es esencial que sean obligatorias y no autorregulatorias, ya que estas últimas han demostrado ser ineficaces a medida que son desarrolladas por las industrias que buscan regular. Además, el diseño, la aplicación y la evaluación de estas políticas deben estar libres de conflictos de intereses de las grandes corporaciones de alimentos y bebidas. Como ejemplo, las regulaciones de marketing y etiquetado de México han fracasado porque fueron desarrolladas con interferencia de la industria de alimentos y bebidas, y estos actores corporativos continúan participando en la evaluación de estas políticas.⁹

Además, la coherencia de las políticas es esencial para asegurar que las políticas comerciales no

4 www.minsal.cl/ley-de-alimentos-nuevo-etiquetado-de-alimentos/

5 Singh y otros (2015).

6 www.who.int/en/news-room/detail/11-10-2016-who-urges-global-action-to-curtail-consumption-and-health-impacts-of-sugary-drinks

7 Colchero et al. (2017b).

8 Colchero et al. (2017a).

9 Calvillo/Székely (2018).

pongan en peligro la capacidad de aplicar o debilitar este paquete de intervenciones, argumentando que son barreras al comercio, como está ocurriendo actualmente con respecto a la política de etiquetado y la renegociación del TLCAN.¹⁰ De manera similar, este conjunto de políticas debe ser internamente coherente, en el sentido de que todas las políticas deben basarse en el mismo sistema de valoración de nutrientes, como el desarrollado por la OPS.¹¹ Por último, para aplicar el ODS 12 en su totalidad, reducir la dependencia de las PUP y superar los aleccionados desafíos sanitarios y ambientales, estas políticas dirigidas a la protección del consumidor deben complementarse con sólidas políticas agropecuarias que garanticen una producción alimentaria sostenible y equitativa, y el cumplimiento de los derechos de los pequeños productores de alimentos.

Bibliografía

Ahmed, Azam/Richtel, Matt/Jacobs, Andrew (2018): In NAFTA talks, U.S. Tries to Limit Junk Food Warning Labels,. En: The New York Times, 20 de marzo de 2018.
www.nytimes.com/2018/03/20/world/americas/nafta-food-labels-obesity.html

Calvillo, Alejandro/Székely, Agata (2018): La Trama Oculta de la Epidemia: Obesidad, Industria Alimentaria y Conflicto de Interés. El Poder del Consumidor.
<http://elpoderdelconsumidor.org/wp-content/uploads/2018/02/la-trama-oculta-d-la-epidemia-obesidad-2018.pdf>

Colchero, Arantxa et al. (2017a): After Mexico Implemented a Tax, Purchases of Sugar-Sweetened Beverages Decreased and Water Increased: Difference by Place of Residence, Household Composition, and Income Level. En: The Journal of Nutrition 147:8, págs. 1552-1557.
<https://doi.org/10.3945/jn.117.251892>

Colchero, Arantxa et al. (2017b): In Mexico, Evidence of Sustained Consumer Response After Implementing A Sugar-Sweetened Beverage Tax. En: Health Affairs 36:3, págs. 564-571.
<https://doi.org/10.1377/hlthaff.2016.1231>

Hawkes, Corinna et al. (2016): How to engage across sectors: lessons from agriculture and nutrition in the Brazilian School Feeding Program. Revista de Saúde Pública 50:47.
<http://dx.doi.org/10.1590/S1518-8787.2016050006506>

Monteiro, Carlos et al. (2013): Ultra-processed products are becoming dominant in the global food system. En: Obesity Reviews 14(2), págs. 21-28.
<https://onlinelibrary.wiley.com/doi/epdf/10.1111/obr.12107>

Organización Panamericana de la Salud (2016): Nutrient Profile Model. Washington DC: OPS.
<http://iris.paho.org/xmlui/handle/123456789/18621>

Singh, Gitanjali M. et al (2015): Estimated Global, Regional, and National Disease Burdens Related to Sugar-Sweetened Beverage Consumption in 2010. En: Circulation 132:8, págs. 639-666.
<http://circ.ahajournals.org/content/132/8/639.full.pdf?download=true>

Marisa Macari y Fiorella Espinosa son Coordinadoras de Investigación en Salud Nutricional, Alejandro Calvillo es Director de El Poder del Consumidor, una organización de la sociedad civil mexicana que aboga por políticas que promuevan los derechos de los consumidores, así como el derecho a la salud, la alimentación, la nutrición, el aire limpio y la movilidad urbana eficiente.

10 Ahmed et al. (2018).

11 Organización Panamericana de la Salud (2016).