

6 tácticas corporativas usadas para impedir regulaciones contra el tabaco, el alcohol y la comida chatarra

Idioma Español



Un nuevo informe identifica seis estrategias clave utilizadas por las empresas de comida chatarra y las industrias del alcohol y el tabaco para evitar que las regulen.

En el verano de 2020, residentes indígenas del estado de Oaxaca en México bloquearon las carreteras para evitar que los camiones entregaran alimentos y bebidas ultraprocesados a sus comunidades. Semanas después, el gobierno del estado, que tiene [la tasa más alta de obesidad infantil en México](#) [1], prohibió la venta de comida chatarra a menores de edad.

Pero esa victoria impulsada desde la base contra las empresas de comida chatarra se destaca en un momento en que las industrias que venden alcohol, tabaco y bebidas azucaradas se están volviendo cada vez más efectivas para evadir regulaciones.

Un [nuevo informe](#) [2] publicado a principios de este año identifica seis estrategias clave utilizadas por estas tres industrias:

1. Cabildeo

El **cabildeo** es la táctica más utilizada para influir en la formulación de políticas y la acción del gobierno. Esto incluye no solo el cabildeo directo de funcionarios gubernamentales, sino también la influencia indirecta a través de programas de responsabilidad social corporativa y de asociaciones público-privadas.

La **puerta giratoria** es una vía importante para el cabildeo. Esto se refiere al movimiento de ida y vuelta de individuos que ocupan roles de legisladores y reguladores y luego se vuelven parte de las industrias (afectadas). Por ejemplo, luego de que se adopta un impuesto a las bebidas azucaradas en Chile, “la Asociación Nacional de Productores de Bebidas se convirtió en A.B. Chile, y contrató a un exparlamentario y destacado político para que fuera su representante”, encontró un estudio.

La **captura de políticas** se refiere a situaciones en las que las relaciones entre la industria y el gobierno son tan

estrechas que la industria es la que diseña el proyecto de ley, como sucedió con [la política de alcohol en Uganda, Malawi, Lesotho y Botswana](#). [3]

Las donaciones a políticos, legisladores y partidos políticos son notoriamente comunes. Pueden ir mucho más allá de la esfera política con el financiamiento de organizaciones de salud pública, como se ha documentado en México, donde las organizaciones que reciben financiamiento de Coca Cola han minimizado la efectividad de los impuestos al azúcar.

2. Campañas de medios

Las **campañas en los medios** para influir en la votación sobre la legislación son comunes. La legislación brasileña para endurecer la comercialización de productos de tabaco se vio obstaculizada por [una campaña mediática](#) [4] que proponía leyes que restringían la libertad de elección y que afectarían a las pequeñas empresas.

3. Soluciones alternativas

Las **soluciones alternativas** propuestas por la industria como códigos de conducta voluntarios son otra forma popular de reducir la presión por la legislación. Muchos países, por ejemplo, se han abstenido de legislar y, en cambio, tienen [códigos voluntarios para el empaquetado de alimentos y bebidas](#) [5].

La directora ejecutiva de la [Coalición Caribe Saludables \(HCC\)](#) [6], Maisha Hutton, está de acuerdo en que las tres industrias utilizan las mismas tácticas. "Transmitidas de gigantes transnacionales globales a actores de la industria regional y nacional, las mismas estrategias se implementan para diluir, retrasar y descarrilar la política de salud pública, y sabemos que esto está sucediendo en los mercados emergentes de países de ingresos bajos y medianos y en las pequeñas islas en desarrollo, como las del Caribe".

4. Desestimar la evidencia científica que les resulta desfavorable

Las tres industrias financian investigaciones que sustentan resultados favorables a ellas. Los estudios financiados por Coca-Cola invariablemente no encuentran ninguna asociación entre las bebidas azucaradas y la diabetes, según un análisis del [World Nutrition Journal](#) [7].

El Centro Internacional de Políticas sobre el Alcohol, financiado por la industria, ha encargado y publicado muchas investigaciones, incluidas revisiones detalladas de cuestiones de políticas sobre el alcohol, artículos de revistas y guías de políticas. Como estos no son revisados por pares, "tienden a resaltar los beneficios para la salud del alcohol y omiten la evidencia de sus efectos sociales y de salud negativos".

5. Crear una imagen positiva

En Tailandia, la industria nacional del alcohol gastó enormes cantidades de dinero en donaciones y patrocinios para el sector deportivo, incluidos \$2 millones anuales de una sola empresa. El objetivo era "imprimir continuamente en la conciencia pública la imagen de 'responsabilidad corporativa' y hacer creer a la gente que beber alcohol no es malo".

Otra estrategia utilizada por las tres industrias es el llamado "enquadre de problemas", que presenta el consumo de alcohol como una cuestión de elección personal y responsabilidad individual. Una revisión de las campañas de 'consumo responsable' encontró que, al igual que las campañas contra el tabaquismo desarrolladas por la industria tabacalera, "sirven para suavizar la opinión pública y crear la impresión de ser una industria 'socialmente responsable'".

6. Desafíos legales

El gigante del tabaco Philip Morris Asia pasó seis años desafiando la ley de Australia sobre el empaquetado genérico del tabaco. La empresa perdió el caso en el Tribunal Superior de Australia en 2012 y las demandas internacionales en un tribunal internacional de inversiones (2015) y la Organización Mundial del Comercio (2017). Sin embargo, Australia se quedó con una factura de casi 40 millones de dólares por defender su ley, solo en el tribunal.

Con una estrategia similar, en Chile después de la adopción del impuesto a las bebidas azucaradas en 2015, "las empresas transnacionales presentaron [varias demandas](#) [8] contra el Estado chileno cuestionando la legalidad de

restringir sus marcas, casos que aún están pendientes”.

Economías vulnerables

Hutton agrega que “identificar, prevenir y gestionar los conflictos de intereses presenta desafíos significativos en nuestro contexto donde, por ejemplo, los mercados pequeños requieren que una entidad fabrique las líneas de productos, tanto saludables como no saludables. Para complicar las cosas, este puñado de entidades corporativas son importantes impulsores económicos en economías ya vulnerables”.

Según el nuevo informe, “comprender cómo las industrias se resisten a los esfuerzos para controlarlas es importante para las y los activistas de la salud pública que trabajan para reducir el consumo y la muerte y las enfermedades resultantes de estos productos nocivos”. Los y los autores son investigadores de la Escuela de Salud Pública Bloomberg de Johns Hopkins en los Estados Unidos y del Instituto Heidelberg de Salud Global de Alemania.

Las y los autores argumentan que la comunidad de salud pública debe trabajar más duro para acordar un enfoque único sobre el tema de la participación de las industrias. Por ejemplo, en la comunidad de control del tabaco, como se explica en el tratado mundial del Convenio Marco para el Control del Tabaco (CMCT), la industria no participa. Las industrias del alcohol y las bebidas azucaradas, sin embargo, “han sido ‘privilegiadas con altos niveles de participación’ dentro de las organizaciones internacionales de salud pública”, dice el informe.

Hutton está de acuerdo en que la falta de consenso “ha resultado en vulnerabilidades que han sido y seguirán siendo aprovechadas por estas industrias. El CMCT ha sido muy efectivo en la definición de las reglas de compromiso con la industria tabacalera, y el impacto de esta sólida guía mundial es claro”.

Sin solución rápida

“En contraste, los actores de la industria de los alimentos ultraprocesados y el alcohol han explotado esta brecha en su beneficio. Sin embargo, para ser justos, esta es un área extremadamente compleja y una solución única para todos no funcionará”, agrega.

El informe pide más evidencia sobre cómo esas dos industrias en particular han tenido tanto éxito. “Dada la carga cada vez mayor de las ENT, particularmente en los países de ingresos bajos y medianos, existe una necesidad urgente de desarrollar la base de evidencia de las tácticas de la industria del alcohol y las bebidas azucaradas”.

Un segundo estudio de la Alianza de ENT (NCDA), [Señalar virtudes, promoviendo el daño](#) [9], descubrió que las industrias aprovecharon las situaciones de emergencia durante la pandemia de COVID-19 para expandir sus actividades.

Una de las tácticas detectó industrias que buscaban vincular sus productos con el trabajo de las y los profesionales de la salud, los servicios de emergencia y otros trabajadores de primera línea. Por ejemplo, Lifeline Adelaide agradeció a Red Bull Australia en las redes sociales por la “entrega sorpresa [de bebidas energéticas] para ayudar a mantener hidratadas a las personas trabajando en la crisis mientras responden a las llamadas de apoyo”.

Gracias, dice el gran fabricante bebidas

En México, Coca-Cola honró a las y los trabajadores de emergencia con latas y botellas rápidamente renombradas que decían gracias y lucían etiquetas rojas “conmemorativas” que enumeraban sus heroicas profesiones.

Según el segundo estudio, las otras tres estrategias principales utilizadas por la industria para aumentar su influencia incluyen programas de responsabilidad social corporativa; el diseño del entorno de las políticas; y el fomentar alianzas con gobiernos, organismos internacionales y ONG.

Para unir toda esta información, la Alianza de ENT realizó una “recopilación de fuentes colectivas”, compilando casi 800 presentaciones de especialistas en incidencia e investigación de 90 países. Casi 700 de ellos se ocuparon de las industrias del alcohol y de alimentos y bebidas ultraprocesados.

En el Caribe, también, “el gran impacto económico negativo de la COVID-19 ha fortalecido la mano de la industria, profundizando aún más el desequilibrio de poder entre la industria y la salud pública”, dice Hutton.

“Esto también se mostró recientemente después de que [Barbados anunciara su intención](#) [10] de duplicar su impuesto a las azucaradas al 20%, y los líderes regionales en la industria de bebidas se reunieron, unidos con los fabricantes locales, para tratar de influir en el gobierno para que retrase la implementación. El intento fracasó, pero ilustró el poder de la industria y hasta dónde pueden llegar”, agrega.

Para más información sobre el tema de la resistencia empresarial a las legislaciones sobre el tabaco, el alcohol y la comida chatarra, consulta nuestra [entrevista completa con Maisha Hutton](#) [11].

Post Date: Sunday, 29 mayo, 2022

Tags: [health taxes](#) [12]

[ultra-processed food](#) [13]

[alcohol](#) [14]

[industry interference](#) [15]

[tobacco](#) [16]

Category - News: Feature

Search Keywords: SSBs, processed foods, alcohol, tax, industry, tobacco

Tag feed: [interferencia de la industria](#) [15]

Source URL: <https://old.ncdalliance.org/es/news-events/news/6-t%C3%A1cticas-corporativas-usadas-para-impedir-regulaciones-contra-el-tabaco-el-alcohol-y-la-comida-chatarra>

Enlaces

[1] <https://ncdalliance.org/es/acerca-de-las-ent/historias-de-cambio-videos/prohibiciones-de-comida-chatarra-en-m%C3%A9xico>

[2] <http://globalizationandhealth.biomedcentral.com/articles/10.1186/s12992-022-00811-x>

[3] <http://academic.oup.com/heapol/article/36/4/493/6024433?login=false>

[4] <http://www.tobaccopreventioncessation.com/tobacco-industry-strategies-to-prevent-a-ban-on-the-display-of-tobacco-products-and,128321,0,2.html>

[5] http://www.globalfoodresearchprogram.org/wp-content/uploads/2018/11/FOP_Label_Regulations_maps.pdf

[6] <http://www.healthycaribbean.org/>

[7] <https://worldnutritionjournal.org/index.php/wj/article/download/58/31/>

[8] <http://doi.org/10.1186/s12992-020-00656-2>

[9] <https://ncdalliance.org/es/news-events/news/un-nuevo-informe-detalla-cientos-de-ejemplos-de-industrias-de-productos-b%C3%A1sicos-poco-saludables-lideradas-por-el-alcohol-la-comida-chatarra-y-las>

[10] <http://ncdalliance.org/news-events/news/barbados-to-improve-population-health-and-generate-funds-with-higher-sugary-drinks-tax>

[11] <https://ncdalliance.org/es/news-events/news/t%C3%A1cticas-de-la-industria-para-evitar-la-regulaci%C3%B3n-en-el-caribe-una-entrevista-con-maisha-hutton>

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

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

[14] <https://old.ncdalliance.org/es/taxonomy/term/186>

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

[16] <https://old.ncdalliance.org/es/taxonomy/term/37>