

12

LAS POLÍTICAS DE NUTRICIÓN COMO REHÉN DE LAS TRANSNACIONALES Y LOS CONFLICTOS DE INTERÉS: LA EPIDEMIA DE OBESIDAD Y DIABETES EN MÉXICO

Marcos Arana Cedeño y Xaviera Cabada¹

La epidemia de obesidad y diabetes en México ha alcanzado dimensiones catastróficas. La tercera parte de los niños, niñas y adolescentes tienen sobrepeso u obesidad. Este mismo problema afecta a siete de cada diez adultos, al 14% de los cuales se les ha diagnosticado diabetes y al 40% síndrome metabólico. Durante los últimos seis años, medio millón de mexicanos y mexicanas murieron por diabetes; la mortalidad por este padecimiento se triplicó entre 1980 y 2005, mientras que cada año, 90.000 personas sufren la amputación de uno de sus miembros. El 15% del presupuesto nacional de salud se utiliza para atender los problemas ocasionados por una alimentación inadecuada y, si se mantiene la tendencia actual, en diez años este porcentaje rebasará el 35%². Este panorama se agravó durante los últimos veinte años, coincidiendo con la entrada en vigor del Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN)³, que permite la importación masiva de productos ultra procesados con alto contenido de azúcar, grasa, sal y bajos en fibra. Durante este mismo lapso se han alentado la presencia y las inversiones de las grandes corporaciones de alimentos, que han multiplicado su influencia y sus ventas⁴.

1 Marcos Arana Cedeño es miembro de IBFAN y WABA; director del Centro de Capacitación en Ecología y Salud para Campesinos (CCESC) en Chiapas, México; e investigador del Instituto Nacional de Ciencias Médicas y Nutrición Salvador Zubirán (INNSZ), Observatorio Ciudadano por el Ejercicio del Derecho a la Salud (OBSCIUDES), Proyecto Alimento, Alianza por la Salud Alimentaria y Espacio DESC. Xaviera Cabada es miembro de IBFAN México, El Poder del Consumidor AC y Alianza por la Salud Alimentaria; directora de la Escuela de Psicología de la Ciudad de Juárez (ESPCJ); y académica e investigadora de la Universidad Mexicana del Norte (UMN). Un agradecimiento especial a Dinorah López (FIAN México) y Manigüeigdinapi Jorge Stanley Icaza (CITI) por su apoyo en la revisión de este artículo. Este artículo fue originalmente redactado en español.

2 Córdova-Villalobos, José A. et al. *Las enfermedades crónicas no transmisibles en México: sinopsis epidemiológica y prevención integral*. Salud Pública de México. 2008. 50:5. Págs: 419-427.

3 Para más información ver: Cedeño Arana, Marcos. *Desigualdad y dependencia: el impacto del TLCAN en las zonas rurales de México*. Observatorio del Derecho a la Alimentación y a la Nutrición 2012. Págs: 73-76. www.rtfn-watch.org/fileadmin/media/rtfn-watch.org/ENGLISH/pdf/Watch_2012/R_t_F_a_N_Watch_2012_sp_web_r2.pdf#page=73.

La cultura alimentaria tradicional se ha erosionado hasta tal punto que actualmente la mayor ingesta calórica de los preescolares proviene de productos procesados y el 12% de refrescos embotellados⁵. La niñez está expuesta a una intensa publicidad de productos no saludables, principalmente de pasteles, refrescos y dulces⁶. En promedio, cada mexicano consume 163 litros de refresco al año, cifra superior a la de cualquier otro país⁷. La lactancia materna, una de las formas más eficaces para prevenir la obesidad, ha caído estrepitosamente: el 85% de los menores de seis meses son alimentados con fórmulas, que tienen un alto contenido de azúcares añadidas, principalmente aquellas utilizadas después de los seis meses⁸. La promoción de sucedáneos de la leche materna prácticamente no tiene límites, debido a que se ha permitido que las compañías que los producen financien y participen junto con las instituciones en la educación de madres y profesionales de la salud⁹.

Pese a que el gobierno ha expresado su preocupación por esta situación, no ha adoptado las medidas necesarias para cumplir con su responsabilidad de proteger a la población mediante una regulación efectiva de la comercialización de los productos industrializados de alta densidad calórica que inundan el país. En cambio, ha establecido alianzas con las transnacionales de la alimentación en el marco de la Cruzada Nacional contra el Hambre (CNH). Este programa, que es el mayor programa social del gobierno y está dirigido a las poblaciones vulnerables, tiene como objetivo promover una mejor nutrición y reducir la desnutrición que aún padece el 18% de los niños y niñas. La transnacional suiza Nestlé colabora con el gobierno en esta estrategia mediante un proyecto denominado Mi dulce negocio, en el cual 15.000 mujeres son capacitadas por la compañía para elaborar y vender postres casa por casa como una

- 4 Zhang, Ping et al. *Global Healthcare and Expenditure on Diabetes for 2010 and 2050*. Journal on Diabetes Research and Clinical Practice. 2007. 87. Págs: 293-301. Ver también: Gutiérrez, Juan Pablo et al. Encuesta Nacional de Salud y Nutrición 2012. Instituto Nacional de Salud Pública. Cuernavaca, México. 2012.
- 5 González-Castell, Dinorah et al. *Alimentos industrializados en la dieta de los preescolares mexicanos*. Salud Pública de México. 2007. 49:5. Págs: 345-356.
- 6 Instituto Nacional de Salud Pública. *Publicidad de alimentos y bebidas*. www.insp.mx/epppo/blog/2984-publicidad-alimentos-bebidas.html.
- 7 Para más información ver trabajos del Rudd Center for Food Policy and Obesity de la Universidad de Connecticut. www.uconnruddcenter.org. Ver también: Andreyeva, Tatiana et al. *Exposure to food advertising on television: Associations with children's fast food and soft drink consumption and obesity*. Economics and Human Biology. 2011. 9:3. Págs: 221-233.
- 8 Calvillo, Alejandro; Cabada, Xaviera y Katia García. *La alimentación industrializada del lactante y niño pequeño, el nuevo mega negocio*. El Poder del Consumidor. México D.F. 2013.
- 9 Algunas disposiciones del Código Internacional sobre la Comercialización de Sucedáneos de la Leche Materna se han integrado al marco normativo; sin embargo, el gobierno ha firmado convenios para la autorregulación de las compañías y no existen sanciones. Para obtener más información sobre el papel de las compañías en la educación nutricional, ver el artículo *El "negocio de la malnutrición": la excusa perfecta para la industria alimentaria* en esta edición del Observatorio del Derecho a la Alimentación y a la Nutrición.
- 10 El documento oficial del convenio de concertación entre Nestlé y el gobierno mexicano está disponible en: www.sedesol.gob.mx/work/models/SEDESOL/Resource/5451/imagenes/CONVENIO_NESTLE%20.pdf.
- 11 Información recogida por OBSCIUDES en febrero/marzo de 2015.
- 12 Alianza formada por 27 organizaciones civiles. Para más información ver: www.alianzaasalud.org.mx.
- 13 Yáñez, Israel y Teresa Moreno. *Legal prohibir en escuelas la "comida chatarra" juez*. 24 Horas. 26 de marzo de 2015. www.24-horas.mx/legal-prohibir-en-escuelas-la-comida-chatarra-juez/.
- 14 El documento oficial de la estrategia promovida por la Secretaría de Salud está disponible en: promocion.salud.gob.mx/dgps/descargas1/estrategia/Estrategia_con_portada.pdf.
- 15 Banco Mundial. *Seis millones de razones para hacer adelgazar a los mexicanos*. El Banco Mundial – Noticias. 27 de febrero de 2014. www.bancomundial.org/es/news/feature/2014/02/27/diabetes-mexico; y, *La Jornada*. *Uno de cada tres niños nacidos en México en 2010 tendrán diabetes*. México. 19 de febrero de 2015. www.jornada.unam.mx/2015/02/19/sociedad/038n1soc.

modalidad de autoempleo y para brindar educación nutricional a la población¹⁰. Se trata a todas luces de una acción contraria a la necesidad de combatir la obesidad y la diabetes.

La CNH incluye también la transferencia de 322 millones de USD anuales mediante 717.000 tarjetas denominadas “Sin Hambre”, para adquirir quince productos distribuidos con fondos públicos. La mitad de estos productos –incluido el café soluble, el chocolate en polvo, los cereales de avena, los chiles enlatados y la leche en polvo– son producidos por transnacionales de alimentos¹¹. A través de estas transferencias, el programa contribuye a substituir los alimentos locales por procesados, generando enormes ganancias a las compañías, hasta ahora con un dudoso beneficio en la reducción de la desnutrición.

Mediante la construcción de alianzas público-privadas y un intenso cabildeo en el Congreso, las grandes corporaciones de alimentos han boicoteado reiteradamente los intentos por regular la comercialización de alimentos procesados, especialmente de aquellos dirigidos a niños y niñas. Por todo esto fue muy importante que, pese a todos los recursos empleados por las compañías para impedirlo, haya sido aprobada a finales de 2013 la iniciativa impulsada por la Alianza por la Salud Alimentaria¹² que pretendía imponer un impuesto al consumo de bebidas azucaradas. Esta iniciativa fue acompañada por la propuesta de que los fondos recaudados por este impuesto sean utilizados para dotar de agua potable y bebederos a las escuelas públicas y para la prevención y el tratamiento de enfermedades crónicas. La propuesta ha tenido, no obstante, una respuesta lenta e insuficiente por parte del gobierno. El 16 de mayo de 2014 se publicó la ley que prohíbe la venta de refrescos en las escuelas. Las compañías refresqueras intentaron revertir esta decisión del Congreso mediante recursos legales que les fueron finalmente negados¹³.

Sin embargo, las corporaciones sí han tenido éxito a la hora de influir para que el etiquetado frontal de alimentos y bebidas no alcohólicas recientemente aprobado sea engañoso y confuso. Además, la industria ha obstaculizado activamente el cumplimiento de los compromisos de la Estrategia Nacional para la Prevención y el Control del Sobrepeso, la Obesidad y la Diabetes¹⁴. Esto ha sido facilitado por la falta de mecanismos de vigilancia o sanción que obliguen a su cumplimiento.

Uno(a) de cada tres niños y niñas nacidas en México a partir de 2010 será diabético(a) si no se implementan las medidas preventivas necesarias¹⁵. El Estado mexicano tendrá que eliminar los conflictos de interés causados a raíz del papel y la influencia que indebidamente ha cedido a las grandes corporaciones de alimentos, incompatibles con la responsabilidad de proteger a la población y velar por sus derechos.

CUADRO 12

La campaña “Más sanos comiendo como mexicanos”: por el consumo de alimentos y bebidas tradicionales y naturales

El consumo de bebidas azucaradas embotelladas es especialmente grave en las regiones indígenas¹⁶, donde las compañías refresqueras alientan el consumo de sus productos mediante la utilización de prácticas monopólicas, disminuyendo el precio en vez de aplicar el impuesto al consumo aprobado por el Congreso. Esta medida, además de contribuir al incremento de la diabetes, propicia el consumo de refrescos, desplazando así el consumo de bebidas tradicionales de importante valor cultural y nutricional.

Como respuesta a esta situación, el Proyecto Alimento, el Centro de Capacitación en Ecología y Salud para Campesinos (CEESC) y El Poder del Consumidor han lanzado la campaña “Más sanos comiendo como mexicanos”¹⁷ para volver a dar prestigio y promover el consumo de alimentos, agua natural y bebidas tradicionales mexicanas y naturales, en especial el pozol, una bebida nutritiva y refrescante elaborada con maíz. La meta de la campaña es reducir el consumo de refrescos embotellados al 50% en cinco años.

16 Para más información, ver: Cedeño Arana, Marcos y Xaviera Cabada. *La amarga realidad del azúcar: mayores riesgos y amenazas para los pueblos indígenas en México*. Observatorio del Derecho a la Alimentación y a la Nutrición 2012. Págs: 46-48. http://www.rfn-watch.org/fileadmin/media/rfn-watch.org/ENGLISH/pdf/Watch_2012/R_t_F_a_N_Watch_2012_sp_web_rz.pdf#page=46.

17 El Poder del Consumidor. Necesaria una revolución alimenticia en México. 27 de abril de 2015. elpoderdelconsumidor.org/saludnutricional/necesaria-una-revolucion-alimenticia-en-mexico/.