

Tácticas de la industria debilitan políticas de etiquetado frontal de advertencia a nivel mundial

Panorama de tácticas de la industria

La industria alimentaria tomó nota de la creciente implementación de regulaciones obligatorias de etiquetado frontal (FOPL, por sus siglas en inglés) sobre productos ultra-procesados en numerosos países alrededor del mundo. De ahí que considere al etiquetado frontal como una tendencia global de política pública y una amenaza para sus intereses comerciales. Los países que actualmente contemplan, formulan o debaten la implementación del etiquetado frontal enfrentan oposición de la industria en su propio contexto, pero ejercicios de monitoreo globales demuestran un uso sistemático y consistente de tácticas de interferencia en todo el mundo.

- En los países donde se están formulando políticas de etiquetado frontal, la industria intenta debilitar dichas iniciativas proponiendo políticas y sistemas menos restrictivos.
- En los países que están en la etapa de implementación del etiquetado frontal, la industria fomenta el pánico económico para obstaculizar los esfuerzos regulatorios.

Países/regiones que actualmente formulan o implementan etiquetado frontal de advertencia (FOPL)

País/Región	Formulación de política	Implementación de política
Argentina	✓	
Brasil		✓
Región del Caribe	✓	
Colombia	✓	
Etiopía	✓	
India	✓	
México		✓
Sudáfrica	✓	
Uruguay		✓

La industria utiliza diversas tácticas para socavar las políticas de alimentación saludable.

A. Debilitando los estándares de salud pública de la iniciativa y poniendo en duda las pruebas que apoyan la medida

- 1 Desvirtuando el modelo de perfil de nutrientes utilizado para establecer los puntos de corte
- 2 Proponiendo políticas y sistemas de etiquetado frontal flexibles o menos restrictivos

B. Sembrando pánico por medio de argumentos legales, comerciales y económicos

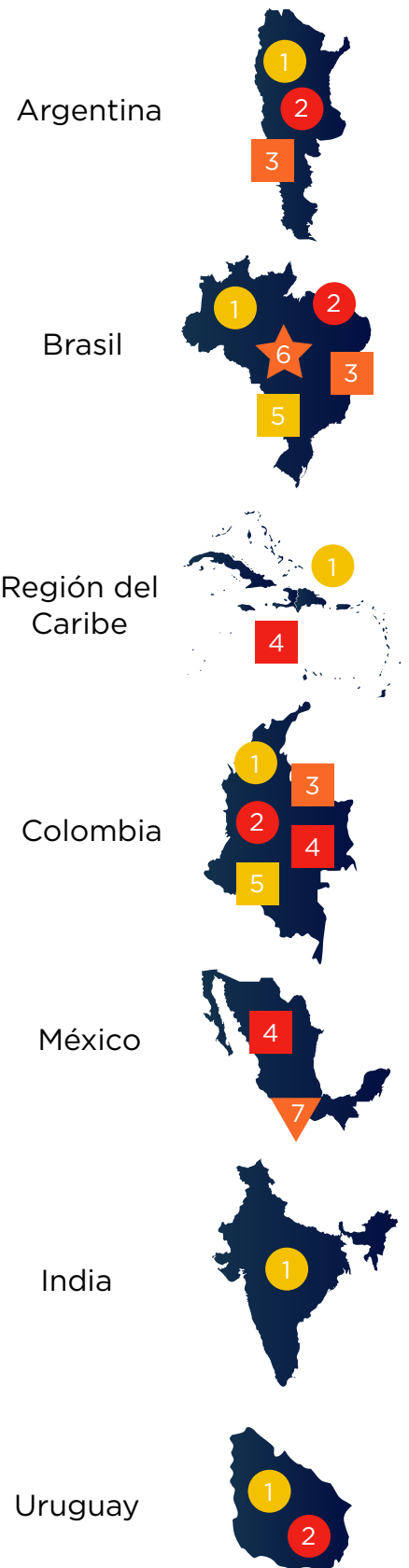
- 3 Alegando que las políticas de etiquetado frontal se deben armonizar con normas comerciales regionales e internacionales menos restrictivas
- 4 Sosteniendo que las políticas de etiquetado frontal serán un obstáculo para el comercio
- 5 Difundiendo mensajes de caos económico y temor para 'enfriar' los esfuerzos regulatorios

C. Unificando voces y creando alianzas falsas y grupos de fachada

- 6 Posicionando contranarrativas por medio de aliados y grupos de fachada, en lugar de enviar mensajes directamente a través de empresas que forman parte de la industria

D. Aprovechando vacíos legales para seguir promoviendo productos ultra-procesados

- 7 Colocando personajes infantiles en los productos mismos y no en los empaques/envases
- 8 Impulsando sistemas de etiquetado que hacen que los productos ultra-procesados parezcan más saludables
- 9 Colocando productos reformulados sin etiquetado de advertencia como foco de nuevas estrategias de mercadeo



Solo ejemplos ilustrativos, no una lista exhaustiva de prácticas de interferencia de la industria.



Tácticas de la industria

Estos son algunos ejemplos de las actuales tácticas de la industria tendientes a socavar y obstaculizar las políticas de alimentación saludable.

A. Debilitando los estándares de salud pública de la iniciativa y poniendo en duda las pruebas que apoyan la medida

(1) Desvirtuando el modelo de perfil nutricional utilizado para establecer los puntos de corte

- **Cuestionando el Modelo de Perfil Nutricional de la Organización Panamericana de la Salud (OPS) en América Latina y el Caribe**

- En Argentina, la industria alega que el Modelo de Perfil Nutricional de la OPS es **demasiado estricto** y contraviene las Guías Alimentarias Nacionales vigentes en el país.
- En Brasil, un documento **filtrado** de la Asociación Brasileira de la Industria de Alimentos (ABIA) reveló un **plan sistemático** destinado a debilitar el sistema de etiquetado frontal aprobado por la Agencia Nacional de Vigilancia Sanitaria (ANVISA) el año pasado. Las tácticas incluyeron la promoción de pruebas científicas sesgadas para ajustar la política a favor de la industria.
- Mientras que la Comunidad del Caribe (CARICOM) debate el etiquetado frontal de advertencia, la Asociación de Fabricantes y Exportadores de Jamaica (JMEA) **manifestó su preocupación acerca del Modelo de Perfil Nutricional de la OPS y el diseño de la etiqueta**. Por consiguiente, **la Organización del Sector Privado CARICOM se desvió de la evidencia de salud pública y pretende dilatar el aval a la norma del etiquetado frontal de advertencia**. La JMEA solicitó que el gobierno esperara los resultados de una evaluación de impacto regional sobre salud, nutrición, producción, comercio y consumidores, que está realizando la Organización del Sector Privado CARICOM.



- **Cuestionando el Modelo de Perfil Nutricional de la Organización Mundial de la Salud para la Oficina Regional del Sureste Asiático (WHO SEARO, en inglés)**

- En **2018 y 2019**, la Autoridad de Normas y Seguridad Alimentaria de India (FSSAI, en inglés) emitió propuestas de etiquetado frontal, que resultaron infructuosas ante la **fuerte oposición de la industria**. La autoridad ahora busca emitir una nueva regulación, pero la industria manifestó su preocupación en cuanto a que el Modelo de Perfil Nutricional de SEARO es excesivamente riguroso y arguye que los productos tales como jugos, galletas y confitería sean eximidos de las políticas de etiquetado frontal por **“cuestiones prácticas”**, como por ejemplo que los productos con azúcares naturales parezcan ser no saludables.



- **Desvirtuando los puntos de corte de nutrientes críticos para favorecer a la industria**
 - El gobierno de Uruguay repentinamente enmendó el decreto de etiquetado frontal de advertencia tres días antes de que este entrara en vigencia, reduciendo los umbrales nutricionales. El nuevo decreto, expedido por el Ministerio de Industria, amplía los criterios utilizados para definir los puntos de corte correspondientes a sodio, azúcar, y grasa. Esta movida, que contradice la evidencia científica, **deja a muchos productos no saludables sin etiquetado de advertencia**. En consecuencia, los consumidores uruguayos no podrán reconocer fácilmente estos productos como no saludables.



La Alianza de ENTs en Uruguay publicó imágenes comparando la menor cantidad de etiquetas frontales de advertencia que tendrían los productos según el decreto de etiquetado de advertencia enmendado frente a la versión anterior más efectiva.

(2) Proponiendo políticas y sistemas de etiquetado frontal flexibles o menos restrictivos

- **Exigiendo plazos prolongados para hacer cumplir plenamente la norma y prohibiendo el cumplimiento anticipado**
 - En Brasil, la industria presionó para que se estableciera un período de implementación de 24 meses para el etiquetado frontal, así como una prohibición al cumplimiento anticipado voluntario. El sector privado abogó por un período de implementación más prolongado, alegando que los envases retornables (por ejemplo: botellas de gaseosa de vidrio) requerirían más tiempo para que la industria cumpliera con la ley debido al tiempo que se necesita para imprimir nuevas etiquetas y abastecer el mercado. La normativa les proporcionó cinco años para cumplir con la regulación de etiquetado.

(3) Buscando vías políticas más favorables

- La industria intenta influir en las iniciativas gubernamentales dirigidas a promulgar políticas de alimentación saludable para poder controlar mejor el proceso y proteger sus intereses comerciales y privados. En Argentina, la industria está **llevando a cabo un fuerte cabildeo** ante la rama ejecutiva para implementar el etiquetado frontal de advertencia mediante una enmienda del Código Alimentario Argentino—desviando el debate sobre la legislación del etiquetado frontal de advertencia, el Proyecto de Ley de Promoción de la Alimentación Saludable, que se está debatiendo ahora en el Congreso. El Proyecto de Ley de Promoción de la Alimentación Saludable ya fue aprobado por el Senado y está pendiente de debate en la Cámara de Diputados. La propuesta no legislativa del poder ejecutivo es más débil que el Proyecto de Ley de Promoción de Alimentación Saludable y amenaza los mejores estándares de protección de la salud, dado que **se ignoraría el Modelo de Perfil Nutricional de la OPS. Además, el tamaño de las etiquetas se reduciría y la palabra “exceso de” se reemplazaría por “alto en”**.



- **Promoviendo diseños de etiquetado que carecen de evaluación científica**
 - En Brasil, ABIA propuso un sistema de semáforo pese a que la evidencia local indicaba que el etiquetado frontal de advertencia con triángulos era el modelo más efectivo (véase punto A.1 anterior).
 - En Colombia, el gobierno propuso **círculos de advertencia** para los productos altos en azúcares añadidos, sodio y grasas saturadas—sin pruebas de que resultarían más efectivos que los octágonos.



- **Proponiendo etiquetas dentro del empaque/envase del producto**
 - En Uruguay, los grupos de la industria propusieron que **las etiquetas deberían ir dentro del empaque/envase del producto**. Un representante de la Cámara de Industria alegó que “lo más importante es respetar la libertad de los consumidores. Si ellos no vacían el empaque y revisan el mensaje adentro, es porque no les interesa el tema y eso es algo que debemos respetar. Se considera aceptable que al Estado le preocupe la salud pública, pero no se debe tratar a los ciudadanos como si fueran niños”. En otras palabras, los consumidores sólo descubrirían si un producto no es saludable después de haberlo comprado y consumido.

B. Sembrando pánico por medio de argumentos legales, comerciales y económicos

- (3) **Alegando que las políticas de etiquetado frontal se deben armonizar con normas comerciales regionales e internacionales menos restrictivas**
 - En Argentina, la industria alega que es ilegal avanzar con el proyecto de ley del etiquetado frontal de advertencia porque primero se debería **armonizar a nivel de MERCOSUR (Mercado Común del Sur)** y conforme a las **guías del Codex Alimentarius**. Dichas afirmaciones no son certeras desde una perspectiva legal y pretenden dilatar y obstaculizar los esfuerzos de políticas de salud pública.
- (4) **Sosteniendo que las políticas de etiquetado frontal serán un obstáculo para el comercio**
 - En el Caribe, la JMEA arguyó que el **modelo de etiquetado frontal de advertencia propuesto no está alineado con los socios comerciales más importantes de Jamaica**, por lo tanto, los exportadores locales deberán soportar mayores costos para crear etiquetas diferentes para los productos de exportación.
 - En México, la industria alega que el estado **“atacó” al comercio alimentario al regular los alimentos obesogénicos e impuso “prohibiciones absurdas” a la publicidad de empaques/envases—y que esta medida “satanizó” los productos ultraprocesados.**



(5) Difundiendo mensajes de caos económico y temor para enfriar los esfuerzos regulatorias

- En Brasil, esta estrategia fue utilizada por **Rede Rotulagem (Red de Etiquetado)**—una coalición de gremios empresariales creada para promover su propia agenda sobre el etiquetado frontal. La entidad obró mediante diferentes tácticas para debilitar las regulaciones del etiquetado frontal de advertencia. Contrató **a una firma consultora** para emitir resultados que ejercerían presión económica contra la regulación (véase *punto A.1 anterior*), presentando pérdidas en utilidades y empleo poco realistas (\$100 mil millones de reales brasileños), bajo el supuesto de que las personas simplemente dejarían de comer si las regulaciones de etiquetado se implementaran.

C. Unificando voces y creando alianzas falsas y grupos de fachada

(6) Ocultándose detrás de grupos fachada y otros aliados para posicionar contranarrativas

- La industria cuidadosamente elige a sus voceros y mensajeros. Las empresas normalmente actúan ocultas detrás de otros actores porque no quieren hacer peligrar su reputación. En Brasil, esto saltó a la vista con la creación de Rede Rotulagem, cuya única misión es la de influir en el proceso de formulación del etiquetado frontal, presionando para que se impongan regulaciones menos restrictivas. La alianza también intentó transmitir una falsa narrativa de autonomía al contratar firmas consultoras para respaldar sus intereses contra los mejores estándares de salud (véase *puntos A.1 y B.5 anteriores*). Durante un **webinario**, representantes de la industria mencionaron que la regulación brasileña finalmente aprobada por ANVISA representa un triunfo para el sector privado porque es flexible y no restrictiva. Ellos consideraron que la lección clave que les dejó el proceso fue la necesidad de ponerse de acuerdo sobre voceros, responsabilidades, consenso y puntos no negociables.



D. Aprovechando vacíos legales para seguir promoviendo productos ultraprocesados

(7) Colocando personajes infantiles en los productos mismos y no en los empaques/envases

- En México, la política de etiquetado frontal de advertencia (incluso el texto que dice: *Contiene cafeína—evite su uso con niños y Contiene edulcorantes—no recomendado para niños*) se aprobó el año pasado. La política prohíbe el uso de caricaturas y personajes cuyo objetivo es atraer la atención de los niños hacia empaques de productos no saludables. No obstante, la industria sigue presionando contra la medida de salud pública estampando dibujos animados sobre el producto mismo y usando métodos alternativos en puntos de venta.

- a. Estampando dibujos animados sobre el producto mismo



- b. Disponiendo los productos en los estantes de las tiendas con la parte posterior del empaque/envase (sin etiquetado de advertencia) hacia adelante



- c. Incluyendo caricaturas en etiquetas de precios y promociones



- d. Agregando personajes dirigidos a niños y niñas en los uniformes de los empleados del comercio minorista, convirtiendo a los empleados en caricaturas de la marca



(8) Impulsando sistemas de etiquetado que hacen que los productos ultraprocesados parezcan más saludables

- En España, los debates han girado en torno a exigir la implementación de Nutriscore de manera obligatoria en 2021, a la espera de que se proponga un sistema armonizado a nivel de la Unión Europea. Esto resulta problemático dado que el sistema Nutriscore incluye información sobre nutrientes buenos y malos (obviando los niveles de procesamiento). En otras palabras, muchos de los productos ultraprocesados se podrían percibir como alimentos saludables cuando en realidad no lo son.

a. Nestlé utiliza NutriScore para publicitar sus productos a los niños.



(9) Estrategias de mercadeo que promocionan productos ultraprocesados reformulados como alternativas saludables porque no incluyen etiquetado

- En Perú, la industria está creando una fuerte campaña de mercadeo para promover productos sin etiquetado como saludables, ofreciendo características tales como “bajo en calorías”. Sin embargo, estos productos no siempre resultan ser opciones más saludables. Los productos ultraprocesados son productos comestibles fabricados industrialmente, que podrían ser adictivos y aún causarle daño al sistema inmunológico mediante edulcorantes no calóricos y otros aditivos.



- a. Los productos del Grupo AJE en Perú se promocionan actualmente como “altos en peruanidad y calidad” y porque su contenido de azúcar no excede los límites de la Fase 1, establecidos por la Ley de Promoción de la Alimentación Saludable. Sin embargo, muchos de estos productos deberían llevar etiquetas de advertencia en la parte frontal del empaque/envase cuando la fase final entre en vigencia en septiembre de 2021.