

ETIQUETADO FRONTAL

INTERFERENCIAS

DE LA INDUSTRIA ALIMENTARIA

Estrategias y falsos argumentos en el lobby para obstaculizar la sanción de la Ley de Promoción de la Alimentación Saludable en Argentina



ÍNDICE

- Pág. 5 **Introducción**
-
- Pág. 10 **Mitos nutricionales y económicos para evitar la aprobación de la Ley de Etiquetado en Argentina.** *FIC Argentina*
-
- Pág. 24 **¿Legislar para la industria o para la población argentina?.**
Consciente Colectivo
-
- Pág. 32 **Desarticulando los argumentos legales de la industria alimentaria en contra del proyecto de Ley de Promoción de la Alimentación Saludable.** *FUNDEPS*
-
- Pág. 44 **Dime quién te paga y te diré cómo piensas: actividad política corporativa contra el Etiquetado Frontal de Advertencias, a través de organizaciones científicas y profesionales.**
Fundación SANAR
-
- Pág. 56 **Organizaciones profesionales y científicas y conflictos de interés.** *FAGRAN*
-
- Pág. 66 **Conclusiones**

ETIQUETADO FRONTAL



INTERFERENCIAS DE LA INDUSTRIA ALIMENTARIA

Introducción

La interferencia de la industria de alimentos y bebidas se define como la *influencia sobre los marcos legales y entornos políticos a fin de retrasar, debilitar o impedir el desarrollo de políticas de alimentación saludable. Estas empresas y los grupos afines a sus intereses realizan distintas acciones para intervenir en el desarrollo de políticas públicas y para influir en el mundo académico y en la ciencia*¹.

El presente reporte busca documentar el caso de interferencia de la industria alimentaria en Argentina, en el marco del debate y sanción de la Ley de Promoción de la Alimentación Saludable (N° 27.642), más conocida como Ley de Etiquetado, así como las iniciativas desarrolladas por la sociedad civil para contrarrestar esta interferencia.

Este reporte, realizado con el apoyo financiero de Global Health Advocacy Incubator (GHA), recopila la mirada de cinco organizaciones de la sociedad civil que participaron activamente y de forma conjunta en la promoción de la ley, y actualmente continúan trabajando en pos de su correcta implementación: la Fundación Interamericana del Corazón Argentina (FIC Argentina), Consciente Colectivo, la Fundación para el Desarrollo de Políticas Sustentables (FUNDEPS), la Fundación SANAR y la Federación Argentina de Graduados en Nutrición (FAGRAN). Estas organizaciones, libres de conflicto de interés, comenzaron a trabajar de forma conjunta en el año 2021 y aportaron evidencia científica para justificar la elección del etiquetado. Además, realizaron acciones de incidencia con distintos decisores políticos durante todos los años en que la política se debatió, y realizaron campañas de comunicación para informar y apoyar la aprobación de la ley.

Sobre la ley

El 26 de octubre del año 2021 el Congreso de la Nación Argentina aprobó la Ley de Promoción de la Alimentación Saludable (N° 27.642), conocida como “Ley de Etiquetado Frontal”. Esta política de salud pública impulsa un etiquetado frontal con advertencias cuando un producto alimenticio o bebida alcohólica contiene un exceso de calorías o de algún nutriente crítico como azúcares, sodio o grasas, señalado a través de octógonos negros con letras blancas y la leyenda “exceso en”. Además, incorpora leyendas precautorias de forma rectangular para informar cuando los productos contienen edulcorantes y/o cafeína, recomendando que se eviten estos ingredientes en la población infantil.



LOS PRODUCTOS QUE DEBEN LLEVAR ESTAS ADVERTENCIAS SON DEFINIDOS A TRAVÉS DEL SISTEMA DE PERFIL DE NUTRIENTES (SPN) DE LA ORGANIZACIÓN PANAMERICANA DE LA SALUD (OPS), QUE ESTABLECE LOS VALORES MÁXIMOS A PARTIR DE LOS CUALES SE CONSIDERA QUE LOS PRODUCTOS TIENEN EXCESOS.

El camino de una Ley en Argentina - Marco teórico²

1- Presentación

Un proyecto de ley puede ser presentado en el Congreso de la Nación, órgano que ejerce el poder legislativo, a través de:

- Legisladores
- El presidente de la Nación.
- Iniciativa ciudadana.

Se puede presentar tanto en la Cámara de Diputados, que son los representantes del pueblo, o la Cámara de Senadores, representantes de las provincias. La cámara en la que se presenta un proyecto se considera "cámara de origen" y, por ende la otra, "cámara revisora". Para convertirse en Ley debe ser aprobada en ambas cámaras.

Entre el **13/03/2019** y el **16/10/2020** fueron presentados 15 proyectos de ley en la Cámara de Senadores, firmados por Senadores y Senadoras de la Nación de diferentes bloques.

2- Tratamiento en comisiones

Al ingresar un proyecto, se le da giro a una o más comisiones de asesoramiento, que reúnen legisladores de distintos bloques, para emitir un dictamen.

Los 15 proyectos tuvieron giro a dos comisiones: de Salud y de Industria y Comercio.

22/10/2020 Dictamen positivo y conjunto.

3- Debate parlamentario

El año parlamentario comienza cada 1 de marzo y termina cada 30 de noviembre de ese mismo año. Si un proyecto no fue tratado en los dos años parlamentarios desde su presentación en alguna de las cámaras, cae su Estado Parlamentario y debe volver a comenzar. Si obtiene media sanción en alguna de las dos cámaras, tiene vigencia por un año más para poder ser tratado en la cámara revisora.

29/10/2020 El proyecto fue aprobado por la Cámara de Senadores, con 64 votos a favor y 3 en contra, sobre un total de 72 votos.

Fue enviado a la Cámara de Diputados, donde se le dio giro a 6 comisiones. Luego fueron reducidas a 4:

- Legislación general,
- Acción social y Salud Pública,
- Industria
- Defensa del consumidor, usuario y de la competencia

Si un proyecto se aprueba en la cámara de origen, ingresa a la cámara revisora que puede:

- Aprobar.
- Rechazar.
- Devolver con correcciones.

13/6/2021 Fue tratado de forma conjunta por las comisiones y obtuvo dictamen positivo.

26/10/2021 La Cámara de Diputados aprobó el proyecto por 200 votos a favor, de un total de 257 votos.

Una vez que ambas Cámaras lo aprueban, pasa al Poder Ejecutivo que puede:

- Aprobar y promulgar la Ley.
- Vetar la ley de forma parcial o total

12/11/2021 La ley N° 27.642 fue publicada en el Boletín Oficial y promulgada por el Decreto 782/2021.

1. Global Health Advocacy Incubator. Informes sobre interferencia de la industria. No. 1: Interferencia de la industria en políticas alimentarias. Disponible en: <https://assets.advocacyincubator.org/uploads/2021/07/Policy-Brief-Industry-Interference-es.pdf>
2. Las Leyes: <https://www.congreso.gob.ar/leyes.php>

Las organizaciones a cargo de este informe

- El primer capítulo fue redactado por la Fundación Interamericana del Corazón Argentina (FIC Argentina), organización que hace más de quince años trabaja en la promoción de políticas públicas de salud que prevengan y controlen las Enfermedades No Transmisibles. FIC Argentina comenzó a trabajar con la temática de etiquetado en 2016, realizando investigaciones propias para aportar evidencia local y libres de conflicto de interés, así como también desarrollando acciones de incidencia política y de comunicación con una perspectiva de derechos humanos. El capítulo presenta una serie de argumentos nutricionales y económicos difundidos por la industria de alimentos en contra de la ley de Promoción de la Alimentación Saludable (PAS) así como las respuestas generadas desde la sociedad civil. Por ejemplo, previamente a que la ley fuera aprobada, ciertos sectores manifestaron sus dudas respecto al presunto impacto negativo de su implementación en la economía argentina. Además, desde distintas voces afines a la industria se plantearon argumentos falsos y confusos sobre el perfil de nutrientes incorporado en la norma, tanto durante su debate en el Congreso, como luego de la sanción de la misma. En ese marco, desde FIC Argentina se identificó la necesidad de brindar respuestas basadas en evidencia libre de conflicto de interés a las principales controversias respecto a la ley PAS y construir así un panorama claro y basado en investigaciones y experiencias reales sobre el cual trabajar en la implementación de la ley.

- El segundo capítulo fue redactado por Consciente Colectivo, organización que busca incidir políticamente y visibilizar las problemáticas socioambientales de Argenti-

na en pos de construir un país más justo, soberano y sostenible. El capítulo narra algunas de las estrategias realizadas por la sociedad civil para hacer frente a la interferencia de la industria. Entre ellas, se presentan campañas comunicacionales, investigación a personas públicas y empresas relevantes en ese accionar, exposición de dicha interferencia y de los conflictos de interés de sus referentes mediáticos, participación en medios de comunicación, gestión de instancias de participación ciudadana para generar masa crítica que exigiera la sanción de la Ley, entre otras.

- FUNDEPS, organización que busca contribuir al fortalecimiento de una sociedad más justa, equitativa e inclusiva, fue la encargada de redactar el tercer capítulo, que tiene por objetivo exponer los argumentos legales que la industria de alimentos y bebidas alcohólicas difundió en contra de la sanción de la ley de etiquetado. Estos argumentos fueron difundidos en las exposiciones realizadas en las distintas reuniones informativas de la Cámara de Senadores y de la Cámara de Diputados del Congreso de la Nación, así como en los principales medios de comunicación del país.

- El cuarto capítulo fue redactado por SANAR, fundación libre de conflicto de interés que trabaja en pos de la promoción de la salud y la mitigación de factores de riesgo. Esta organización joven, desde sus inicios (2018), está comprometida con la promoción del desarrollo de políticas públicas que garanticen el derecho a la salud, a la información, a una alimentación sana, segura y soberana. SANAR promueve una alimentación sostenible, basada en alimentos naturales, en defensa de la seguridad y soberanía alimentaria, a través de la divulgación de evidencia científica libre de conflictos de interés, la investigación, la incidencia política y distintas acciones de comunicación. En este capítulo, se exponen

y analizan las relaciones entre empresas de la industria alimentaria y las organizaciones científicas y/o académicas para el desarrollo de diferentes acciones que buscaron obstaculizar la aprobación del proyecto de Ley de Promoción de la Alimentación Saludable durante su tratamiento legislativo. A su vez, se documentan los conflictos de interés de las organizaciones y sus principales interlocutores, como así también las principales narrativas que intentaron instalar en la sociedad.

- Por último, la Federación Argentina de Graduados en Nutrición (FAGRAN), entidad civil que nuclea a 24 Colegios y Asociaciones de Graduados en Nutrición de la República Argentina, redactó el capítulo final, donde se analiza la importancia de alertar a las organizaciones profesionales y científicas sobre los posibles conflictos de interés y se documenta un caso de interferencia de una empresa de alimentos con el Ministerio de Educación de la Nación. Asimismo, se analiza la presencia de empresas de alimentos que suministran comidas y productos alimenticios a las escuelas que presentan sellos en sus envases.

fic+ Argentina
Fundación Interamericana del Corazón

**CONSCIENTE
COLECTIVO**

fundeps

Fundación **sanar**

FAGRAN
FEDERACIÓN ARGENTINA
DE GRADUADOS EN NUTRICIÓN

EL CONTENIDO DE CADA CAPÍTULO ES RESPONSABILIDAD
DE LA ORGANIZACIÓN A CARGO DE SU REDACCIÓN.

Mitos nutricionales y económicos para evitar la aprobación de la Ley de Etiquetado en Argentina



INTRODUCCIÓN

El proceso político que atravesó la Ley de Promoción de la Alimentación Saludable desde el comienzo de su tratamiento en el ámbito legislativo hasta su sanción estuvo marcado, entre otras estrategias, por una serie de argumentos en contra de la política por parte de la industria alimentaria y figuras aliadas. El objetivo de este capítulo es mostrar los principales argumentos difundidos, así como las respuestas generadas desde la sociedad civil, tomando como base el marco conceptual que posiciona a las estrategias narrativas como una de las tácticas de interferencia más frecuentes desarrolladas por la industria de alimentos¹². A continuación, se presentan distintos argumentos que han sido identificados, ya sea en medios de comunicación como en las sesiones informativas realizadas en la Cámara de Diputados en el marco del debate de esta ley. Muchos de estos argumentos, a más de dos años de la sanción de la ley, aún se encuentran presentes en el debate público. Por eso, resulta interesante reconstruir cómo se ha elaborado la respuesta desde la sociedad civil, que se sustenta en evidencia científica actualizada y en un análisis exhaustivo de la normativa desde una perspectiva de derechos.

Entre los argumentos esgrimidos en contra de la ley, se identificaron dos grandes grupos. Por un lado, aquellos que cuestionaban

el aspecto nutricional de la norma, como por ejemplo el sistema de perfil de nutrientes en el cual se sustenta. Por otro, aquellos que ponían el foco en un posible impacto negativo de la ley sobre la economía argentina:

ARGUMENTOS NUTRICIONALES

> *Efectividad del etiquetado para mejorar el patrón alimentario.*

Argumento: Al comenzar a debatir la política en el país, se pretendió instalar la idea de que el proyecto de ley, tal como estaba formulado (es decir, incluyendo etiquetas de advertencias para indicar el exceso en nutrientes críticos de los productos) no serviría para mejorar la alimentación de la población, porque el consumo de ultraprocesados no es el principal problema en la dieta de la población argentina.

Respuesta: Para responder a este argumento, se recurrió a los informes desarrollados por la Organización Panamericana de la Salud, en los que queda en evidencia el alto consumo y venta de ultraprocesados, con un aumento significativo en los últimos años³. Otra fuente importante fueron los informes de encuestas nutricionales y de factores de riesgo nacionales, que cuentan con cifras contundentes de la situación alimentaria y nutricional en el país^{4,5}. Asimismo, dado que en los inicios de la implementación de la normativa resurgieron las referencias a la falta de utilidad del etiquetado frontal de advertencias en el contexto argentino, se consideró importante continuar generando evidencia sobre la situación local, por lo que se llevaron adelante análisis adicionales de la última Encuesta de Nutrición y Salud (ENNyS

Los productos ultraprocesados predominan en la alimentación en todos los grupos etarios, niveles socioeconómicos y regiones del país.

2018) desde la sociedad civil para poder conocer y mostrar otros datos relativos al patrón de consumo de alimentos de la población. Así, se pudo demostrar que los productos ultraprocesados predominan en la alimentación en todos los grupos etarios, niveles socioeconómicos y regiones del país, con un aporte calórico diario de más del 35% en niños, niñas y adolescentes, y del 29% en la población mayor de 18 años^{6,7}.

> *Elección del sistema de advertencias*

Argumento: En la misma línea que en el caso anterior, se intentó obstaculizar el avance de la ley poniendo el foco en el sistema de etiquetado elegido, en este caso, las advertencias. Se señaló que el diseño utilizado para informar sobre nutrientes en exceso en los alimentos envasados demonizaría a todos los alimentos por su mera condición de alimentos procesados.

Este argumento surgió especialmente durante las primeras instancias del proceso político, y las voces que insistieron sobre este aspecto corresponden en general a profesionales de la nutrición vinculados con la industria alimentaria. Estas figuras se manifestaron a través de distintos canales, afirmando, por ejemplo, que “no existen alimentos buenos o malos”, poniendo el foco en la voluntad individual de controlar la porción de los productos no saludables en lugar de darle relevancia a los entornos, y evitando hacer referencia a los productos ultraprocesados.

Respuesta: Desde la sociedad civil, la respuesta se centró en aportar claridad sobre el contenido de la normativa que se estaba discutiendo, lo que incluyó realizar diversos análisis para comprender y explicar el alcance de la ley, como también remarcar que no buscaba demonizar, sino

lisis para comprender y explicar el alcance de la ley, como también remarcar que no buscaba demonizar, sino

informar a los consumidores sobre los productos que contienen un exceso de nutrientes críticos asociados al desarrollo de sobrepeso, obesidad y enfermedades crónicas no transmisibles. En esta línea, resultó clave hacer hincapié en reiteradas ocasiones en el vínculo entre el consumo en exceso de nutrientes críticos y el daño para la salud. Además, fue necesario destacar que los sellos no se aplicarían a los productos por su mera condición de “procesados y ultraprocesados” sino a aquellos que superaran los límites máximos de los nutrientes críticos establecidos por el sistema de perfil de nutrientes de la OPS. Es decir, se aclaró que los productos etiquetados serían aquellos que excedieran los valores máximos recomendados por la máxima autoridad sanitaria de la región, garantizando así el derecho a la información de la población, es decir, poder conocer el contenido real de los productos al momento de tomar decisiones de compra.

> **Nutrientes críticos vs. nutrientes positivos**

Argumento: Se afirmó que el sistema gráfico elegido no es el etiquetado más efectivo, porque no informa sobre los nutrientes positivos

como lo hacen otros modelos, como por ejemplo el NutriScore.

Respuesta: Para contrarrestar este argumento, se recurrió al análisis de las recomendaciones de la Organización Panamericana de la Salud, y a la sistematización y el análisis de la evidencia científica publicada sobre distintos sistemas gráficos.

Asimismo, se hizo énfasis en que la elección del tipo de sistema gráfico depende principalmente del objetivo de salud pública buscado según el contexto alimentario y nutricional. En esta línea, se explicó que en el caso de Argentina, el objetivo de salud pública deseado es la regulación de los productos ultraprocesados con exceso en nutrientes críticos, con el objeto de disminuir su alto consumo, mejorar el patrón alimentario y consecuentemente frenar la tendencia en aumento de la prevalencia de malnutrición por déficit y por exceso^{8 9}. Para responder a este objetivo de salud pública, el sistema de advertencias es el más adecuado, ya que ayuda a los consumidores a identificar correcta, rápida y fácilmente los productos procesados y ultraprocesados que contienen cantidades excesivas de azúcares, grasas y sodio y, de esta forma, promueve una dieta más saludable¹⁰.

Agregar o sumar información sobre nutrientes o atributos positivos, como sucede en el caso de NutriScore, desviaría del objetivo primordial y disminuiría su efectividad, aumentando la confusión de los consumidores. Esto se sustenta en la evidencia que demuestra que los aspectos positivos resaltados en productos procesados y ultraprocesados pueden estimular el consumo excesivo ya que los envuelven en un “halo de salud” y otorgan una percepción errónea de que son saludables. En la misma línea, otros estudios demuestran que la inclusión del color verde en el etiquetado frontal es per-

cibido por el consumidor como una característica positiva, generando la creencia errónea de que se trata de un alimento recomendado como parte de una alimentación saludable, cuando no es así^{11 12 13 14 15 16}

Para reforzar este punto, se acudió a la evidencia que demuestra que los productos ultraprocesados con exceso en nutrientes críticos se asocian a una ingesta menor de nutrientes positivos como vitaminas, minerales, proteínas, y a una mala calidad en la dieta^{17 18 19}. Sumado a esto, hay estudios que demuestran que cuando el sistema de etiquetado informa sobre los nutrientes críticos en exceso, los consumidores mejoran sus decisiones de compra en general^{20 21}.

> **Impacto en el sobrepeso y la obesidad**

Argumento: Se señaló que la política de etiquetado frontal no era una medida efectiva para mejorar el patrón alimentario en Argentina y, consecuentemente, para disminuir la prevalencia del sobrepeso y la obesidad de la población.

Respuesta: En este caso, se indicó la existencia de diversos estudios recientes que vinculan la doble carga de malnutrición con el patrón de consumo inadecuado, caracterizado por un alto consumo de ultraprocesados con contenido excesivo de grasas, sodio y azúcares y carentes de nutrientes esenciales^{22 23}. Se señaló que este patrón de consumo se encuentra impulsado por el sistema alimentario y el entorno obesogénico²⁴, y que, por consiguiente, gran parte de la solución consiste en promover

“El etiquetado frontal de advertencias con octógonos negros y el sistema de perfil de nutrientes de la OPS podrían ser la punta de lanza para contar con las medidas necesarias para la prevención del sobrepeso y la obesidad y las enfermedades crónicas no transmisibles en Argentina”.

leyes y regulaciones que reduzcan el consumo de productos procesados y ultraprocesados. Específicamente, se hizo hincapié en la política de etiquetado frontal como uno de los instrumentos clave para regular esos productos, ya que tiene como objeto prevenir el desequilibrio en la alimentación y proteger a la población contra los principales factores de riesgo que perjudican su salud y desarrollo, dado que permiten identificar de forma rápida y fácil los productos que contienen cantidades

excesivas de azúcares, grasas y sodio²⁵.

Además, fue necesario remarcar en diversas ocasiones que, para ver un impacto positivo en indicadores de malnutrición tales como la prevalencia del sobrepeso y la obesidad, es necesario contar con un paquete de medidas orientadas hacia ese objetivo. Asimismo, estas políticas deben implementarse de forma adecuada y sostenerse a lo largo del tiempo²⁶. En este sentido, se sostuvo que el etiquetado frontal de advertencias con octógonos negros y el sistema de perfil de nutrientes de la OPS podrían ser la punta de lanza para contar con las medidas necesarias para la prevención del sobrepeso y la obesidad y las enfermedades crónicas no transmisibles en Argentina²⁷.

Por otra parte, se presentó evidencia desarrollada a través de estudios que evalúan el impacto potencial del etiquetado frontal sobre las tasas de obesidad. En Argentina, se estima que con la Ley PAS se evitarán a corto plazo 104.540 casos de sobrepeso y obesidad en niñas, niños y adolescentes, y a largo pla-



Argumentos económicos para promover el etiquetado frontal en Argentina

El etiquetado frontal de advertencias en los envases de alimentos procesados y ultraprocesados tiene como fin ofrecer a los consumidores información oportuna, clara, precisa y verdadera que les permita tomar decisiones de consumo más saludables, para promover en el largo plazo la reducción de las alarmantes tasas de sobrepeso y obesidad en nuestro país. La evidencia científica que respalda esta medida es contundente y demuestra su urgencia y costo-efectividad para alcanzar tal fin¹⁰. En el contexto del debate por el proyecto de Ley de Alimentación Saludable, que establece la implementación del etiquetado frontal en Argentina, ciertos sectores han manifestado sus dudas respecto al presunto impacto negativo de la implementación de este sistema sobre

la economía argentina¹⁰. En este marco, resulta necesario brindar respuestas basadas en evidencia libre de conflicto de interés a las preguntas y creencias más difundidas respecto al posible impacto económico del etiquetado frontal de advertencias, y construir así un panorama claro y basado en investigaciones y experiencias reales sobre el cual trabajar en la implementación de la ley. A continuación se presentan los argumentos más comúnmente esgrimidos para oponerse a la implementación del etiquetado frontal desde la perspectiva económica, y las respuestas y explicaciones que permiten rebatirlos, brindando en cada caso la evidencia científica y la experiencia internacional que respaldan estas afirmaciones.

“El etiquetado frontal de advertencias impacta negativamente sobre la economía en general”

Respuesta	Explicación / evidencia
La evaluación del impacto económico de toda medida sanitaria no debe tomar en cuenta únicamente los posibles costos generados, sino el ahorro neto en el que incurren los Estado para el tratamiento de enfermedades ¹⁰ ; y en este sentido el etiquetado es una medida altamente costo-efectiva para abordar el problema de la obesidad ¹⁰ .	El impacto del consumo de alimentos con exceso de nutrientes críticos no es únicamente sanitario sino además económico: una investigación dirigida por el Instituto de Efectividad Clínica y Sanitaria (IECS) demostró que el Estado argentino gasta más de 750 millones de dólares al año en la atención de enfermedades derivadas sólo del consumo de bebidas azucaradas ¹⁰ ; mientras que en México se proyecta que el sistema de etiquetado recientemente implementado, equivalente al propuesto para Argentina, podrá ahorrar al país 1,8 mil millones de dólares de tratamiento de la obesidad y otras enfermedades relacionadas en cinco años ¹⁰ .

zo 285.059 casos de sobrepeso y obesidad en la adultez, 73.738 nuevos casos de diabetes, 19.104 de enfermedad cardíaca y cerebrovascular, 29.624 trastornos osteomusculares, 27.340 casos de enfermedad renal crónica y 23.276 casos de cáncer y otras patologías. El sistema de salud podría evitar gastar \$26.530 millones de pesos argentinos cada año para la atención de las enfermedades derivadas de la malnutrición²⁸. En México, un estudio de simulación indicó que con su ley de etiquetado frontal se podrían evitar 1,3 millones de nuevos casos de obesidad, lo que significa una reducción del 14,7% en la prevalencia de obesidad en un periodo de cinco años²⁹.

> **El Sistema de Perfil de Nutrientes (SPN)**

Argumento: Se afirmó que existen falencias en el sistema de perfil de nutrientes (SPN) de la Organización Panamericana de la Salud (OPS), recurso que fue utilizado tanto durante el debate de la ley así como también en las etapas iniciales de su implementación, sobre

“El SPN está diseñado para identificar los productos que, consumidos en cualquier cantidad y por cualquier individuo, desequilibran la dieta”

todo con la aparición de los primeros productos con sellos en las góndolas. Específicamente, se esgrimió que el SPN desarrollado por la OPS no es adecuado porque:

a. No concuerda con las recomendaciones de las Guías Alimentarias para la Población Argentina (GAPA).

b. No constituye una buena herramienta para informar al consumidor.

c. No cuenta con evidencia científica.

d. No promueve la reformulación de alimentos.

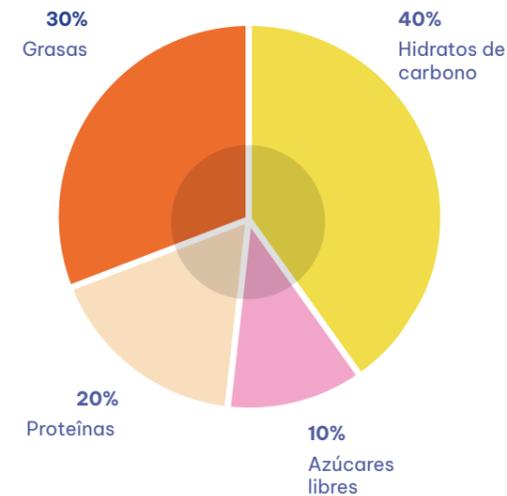
Respuesta: Dada la complejidad de este argumento por la multiplicidad de aspectos que incluye sobre el SPN, desde la sociedad civil se recurrió a desarrollar las respuestas a cada uno de ellos de forma específica a través de distintos recursos.

En relación al primer punto, donde se señalaba la incompatibilidad con las recomendaciones de las GAPA, FIC Argentina difundió entre decisores políticos y actores claves un estudio de investigación de desarrollo propio que fue publicado en la Revista Argentina de Salud Pública³⁰. En él, se analizaron seis SPN (OPS, Uruguay, Chile, Perú, Bolivia y Ecuador) y se determinó que el de OPS es el que mayor acuerdo tiene con las GAPA. Este estudio está en línea con otro análisis realizado por el Ministerio de Salud, que estudió ocho sistemas de perfiles de nutrientes (OPS, Uruguay, Chile, Perú, Ecuador, Bolivia, GDA y COPAL), y que arrojó los mismos resultados³¹. En este caso, contar con evidencia científica actualizada fue estratégico para poder desmentir este argumento y acercar información local a los decisores políticos.

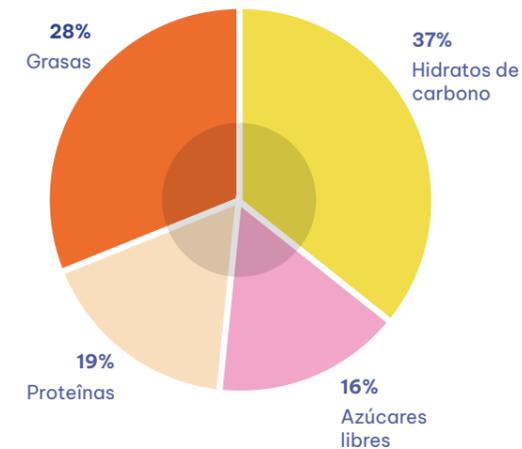
Por otro lado, en relación al argumento que cuestionaba que la ley pudiera realmente ayudar a informar a los consumidores, se desarrolló la siguiente respuesta: “El SPN está diseñado para identificar los productos que, consumidos en cualquier cantidad y por cualquier individuo, desequilibran la dieta, según los documentos elaborados por la OPS^{32,33} y las directrices de ingesta de nutrientes de la OMS³⁴. Para lograr una mejor comprensión de esta respuesta, se elaboraron materiales gráficos que permitían explicar fácilmente la lógica del SPN de OPS, así como la importancia de mantener este estándar considerando su audiencia, ya que los decisores que

debían votar la ley en su mayoría no contaban con conocimientos técnicos de nutrición.

- DIETA BALANCEADA -



-DIETA BALANCEADA + 1 LATA DE GASEOSA-



Frente al argumento que resaltaba la falta de evidencia científica de este perfil, la respuesta consistió en explicar que este SPN ha sido elaborado por la máxima autoridad sanitaria de la región, así como también aclarar los fundamentos respecto a su elaboración, resaltando que se basa en las directrices de ingesta de nutrientes de la OMS surgidas a partir de una rigurosa revisión de la evidencia científica realizada por un panel de expertos³⁵.

Por último, respecto a la supuesta imposibilidad de reformulación por parte de los productos con excesos según el SPN de OPS, se encontró la respuesta en la experiencia de México, país pionero en adoptar este modelo³⁶. No obstante, dada la escasa evidencia en este aspecto, se consideró importante desarrollar un análisis para evaluar cómo estaba cambiando la composición de los productos en Argentina. En este estudio se pudo demostrar que, contrariamente al argumento esgrimido, la medida promueve la reformulación de los productos alimenticios, específicamente impactando en una disminución en el contenido de calorías y nutrientes críticos como sodio y azúcares³⁷.

El etiquetado frontal promueve la reformulación de los productos alimenticios, específicamente impactando en una disminución en el contenido de calorías y nutrientes críticos como sodio y azúcares.

> **Los productos a etiquetar**

Argumento: Con el avance del proyecto de ley en el Senado, habiendo logrado media sanción en dicha Cámara y faltando solo la aprobación de parte de la Cámara de Diputados, la industria alimentaria y sus voces aliadas intentaron sembrar una nueva confusión, en esta oportunidad acerca de los productos que quedarían alcanzados por las etiquetas. En específico, se argumentaba que debido al perfil de nutrientes adoptado, alimentos como el arroz, los fideos o las legumbres quedarían etiquetados con sellos y, por consiguiente, quedaría prohibido

incluirlos en prestaciones alimentarias de los comedores escolares. Cabe aclarar que estos productos constituyen la base de este tipo de prestaciones alimentarias en Argentina, por lo que con esta crítica se apelaba a la sensibilidad de quienes debían dar la aprobación definitiva a la ley. Asimismo, en esta última instancia de debate, y también con respecto al alcance de la normativa, se esgrimieron argumentos sobre la falta de sentido de la ley, sugiriendo que se iba a lograr que productos como el azúcar de mesa quedaran etiquetados con el sello “exceso en azúcar”.

Respuesta: En este caso, la respuesta de la sociedad civil consistió en explicar de manera clara y simple el alcance de la ley, desmintiendo las afirmaciones de la industria. Se aclaró que el perfil de nutrientes de la OPS alcanza solamente a los productos procesados y ultraprocesados que tengan agregado de nutrientes críticos como azúcar, grasas, sodio y/o de ingredientes como cafeína y/o edulcorante³⁸. Por lo tanto, el arroz, los fideos secos, las legumbres secas, al igual que otros alimentos como las frutas y verduras frescas, la leche, entre otros alimentos sin procesar o mínimamente procesados, quedarían exentos de los sellos y, por lo tanto, no se excluirían de las escuelas. También fue necesario, en reiteradas oportunidades, hacer referencia al propio proyecto de ley en el que se mencionan como excepciones específicas el azúcar común, los aceites vegetales, la sal de mesa y los frutos secos³⁹.

> Ley de etiquetado y pobreza

Argumento: Se señaló que la ley no ayudaba a mejorar la alimentación de la población en situación de pobreza, que afectaba aproximadamente al 40% de la población al momento de su discusión. A través de este argumento, se buscaba insistir en su falta de efectividad para un sector de la

población y remover su tratamiento de la agenda pública.

Respuesta: En respuesta a este argumento, se recopilaron datos concretos sobre la importancia de este tipo de medidas, especialmente para las personas con menos recursos económicos y educativos.

Además, se destacó que en Argentina la malnutrición por exceso afecta a todos los grupos etarios y niveles socioeconómicos, con una tendencia en aumento en los últimos años⁴⁰. Se demostró que los y las adolescentes de nivel socioeconómico más bajo tienen un 58% más de probabilidades de tener malnutrición por exceso respecto a adolescentes del nivel socioeconómico más alto⁴¹. Además, en el mismo estudio se observó que la malnutrición por exceso en adolescentes está en aumento en todos los grupos socioeconómicos y que al comparar dos momentos del tiempo (EMSE 2012- 2018), se evidencia un aumento en la prevalencia de malnutrición por exceso mayor en los niveles educativos bajo y medio respecto al alto⁴².

Fue importante explicar que la causa principal de la problemática de malnutrición actual no es la escasez de alimentos, sino todo lo contrario: es la sobreabundancia de alimentos de mala calidad nutricional⁴³, como cereales refinados, azúcares y productos ultraprocesados. En esta línea, el patrón de consumo en Argentina se caracteriza por un alto consumo de ultraprocesados, que atraviesa a todo el entramado social y grupos etarios (más del 35% del aporte calórico diario en NNyA y un 29% en adultos), con presencia a lo largo del todo el territorio argentino^{44 45}. Asimismo, se observa que la mala alimentación golpea más fuertemente a los sectores de nivel socioeconómico más bajo, con mayor ingesta de alimentos de consumo opcional y cereales refinados, y menos frutas y verduras, leche, yogur y quesos⁴⁶.

Además, se argumentó que existe evidencia local que demuestra que el etiquetado frontal de advertencias constituye una herramienta efectiva para mejorar las elecciones alimentarias, incluso la de los sectores más vulnerables en Argentina^{47 48}. Existen estudios cuali⁴⁹ y cuantitativos⁵⁰ realizados luego de implementada la ley que demuestran que la población de diferentes niveles socioeconómicos apoya y evalúa positivamente la ley. En los grupos focales⁵¹, los cuidadores de niños y niñas de todos los estratos sociales consideran que los sellos son útiles porque brindan información y promueven la toma de decisiones conscientes. Además, consideran que el etiquetado es visible, comprensible y claro y señalan que aporta información nueva sobre algunos productos que consideraban saludables, cuya verdadera composición nutricional ahora pueden conocer.

Asimismo, las experiencias de otros países de la región indican que este tipo de medidas beneficia especialmente a personas con menos recursos económicos y educativos. En Chile, por ejemplo, un estudio cualitativo muestra que la ley les permite especialmente a las madres de nivel socioeconómico bajo conocer la verdadera naturaleza de los productos que les venden. Refieren que dejaron de darles a sus hijos alimentos que creían sanos pero que aprendieron que no lo eran, como lácteos o cereales con mucha azúcar. Además, las madres de menor nivel socioeconómico refieren que sus hijos son agentes de cambio en sus familias, ya que promueven un menor consumo de productos con sellos⁵². En cuanto al impacto en las compras, se ha registrado una disminución significativa (casi un 24%) incluso en los niveles socioeconómicos más bajos⁵³.

ARGUMENTOS ECONÓMICOS

Una de las estrategias más frecuentes de la industria alimentaria en las distintas discusiones

sobre políticas de salud pública en sus intentos de evitar las regulaciones⁵⁴ es la de sembrar temor con respecto a sus posibles consecuencias económicas.

Durante el año 2021, con media sanción del proyecto de ley en la Cámara de Senadores, fue frecuente escuchar por parte de voces aliadas a la industria alimentaria que, de ser aprobada la norma del etiquetado frontal de advertencias, se observarían efectos adversos en las economías nacionales.

Quedó demostrado que la implementación del sistema de etiquetado frontal de advertencias no genera pérdidas de empleos ni de salarios, ni en la industria alimenticia en particular ni en la industria manufacturera en general.

> Costos de fabricación

Argumento: Se señaló que esta ley, de ser aprobada, iba a presentar efectos económicos negativos con relación a los costos de fabricación y empaquetado, en especial en las pequeñas y medianas industrias.

Respuesta: Para refutar el argumento, se explicó que el costo de adecuar las etiquetas es un “costo hundido”⁵⁵ y que no afectaría significativamente a las economías de estas empresas. Esta falacia es utilizada para defender el uso persistente de un cierto tipo de etiqueta o empaque por el costo presuntamente oneroso que representó en el pasado para la empresa que

lo utiliza. Sin embargo, las empresas alimenticias modifican constantemente el diseño de sus presentaciones para hacerlas más atractivas al consumidor⁵⁶. A esto se agregan las particularidades de la industria de alimentos en Argentina, caracterizada por una muy alta concentración de las ventas en pocas grandes empresas que tienen la capacidad y los recursos para implementar los cambios propuestos sin que esto las afecte económicamente en gran medida.

En contraposición al argumento esgrimido por la industria, es importante mencionar que la ley contemplaba plazos de adaptación suficientes para que las empresas se adecuasen a la nueva normativa, con posibilidad de prórrogas, incluso mayores en el caso de las pequeñas y medianas empresas (PyMES), lo que facilitaría la impresión o el agregado de los sellos a los paquetes, e incluso la reformulación de sus productos para evitar incorporarlos. Al igual que en el caso de otros argumentos, la evidencia sobre la experiencia de otros países fue crucial para demostrar que era posible adaptarse a los plazos de esta medida^{57 58}.

Además, resultó de gran utilidad sostener que muchas de las empresas alcanzadas por la ley argentina también están presentes en países con políticas de etiquetado similares como Chile, México, Perú y Uruguay, y cuentan con suficientes recursos, equipos y experiencia para nuevos desarrollos, lo que sería una ventaja adicional a la hora de implementar los cambios requeridos o, incluso, para reformular sus productos para que no tengan la necesidad de incluir sellos.

> Impacto en empleos y salarios

Argumento: Se señaló que el etiquetado frontal de advertencias provocaría pérdida de empleos y baja de salarios en el sector de los alimentos.

Respuesta: La respuesta en este caso se basó en la evidencia de otros países, específicamente de Chile, donde quedó demostrado que la implementación del sistema de etiquetado frontal de advertencias no genera pérdidas de empleos ni de salarios, ni en la industria alimenticia en particular ni en la industria manufacturera en general cuando se la compara con un grupo no sujeto a la norma^{59 60}. Esto permitió contraargumentar que, tal como se vio en la experiencia chilena, e incluso si la medida generase pérdidas de empleo en sectores manufactureros específicos, el cambio podría ser compensado por otros sectores, sugiriendo que las empresas alimentarias tienen el potencial de sustituir y relocalizar empleos ante la reducción de las ventas en un cierto rubro para cubrir el aumento en las de otro. La pertinencia de realizar esta comparación se sustentó en las similitudes de las características de la indus-

Desde la sociedad civil, ha sido posible refutar cada uno de los argumentos con evidencia científica libre de conflictos de interés, dejando al descubierto que se trata de afirmaciones sin sustento alguno.

tria alimenticia entre los países, lo que permitió tomar como referencia el impacto de la normativa chilena sobre niveles de empleo y salarios para prever posibles efectos de la misma en Argentina.

> Impacto en ventas

Argumento: Se afirmó que el etiquetado reduciría las ventas de las empresas de alimentos.

Respuesta: La respuesta a esta afirmación consistió en mencionar en primera instancia el objetivo de la política, a saber, que el etiquetado está diseñado para informar a los consumidores sobre el contenido en exceso de nutrientes críticos en los productos y disminuir su consumo, dado su impacto negativo en la salud, pero que a su vez se busca promover el consumo de alimentos sin etiquetado. Por ende, se aclaró que la medida no pretendía disminuir las ventas en el sector alimenticio en general, ni que era adecuado afirmar que esta sería una consecuencia necesaria de la ley. La evidencia demuestra que, por el contrario, los consumidores reinvierten el dinero que no gastaron en un producto en otro de la misma categoría (en este caso, en otro alimento de similares características)⁶¹. Asimismo, se destacó que la ley de etiquetado busca generar un cambio de hábitos que lleve a las personas a elegir alimentos más saludables. Utilizando el caso de Chile, fue posible responder que en términos de demanda, el mayor impacto del etiquetado es sobre los productos que reciben los sellos y que son percibidos comúnmente como saludables, como los cereales de desayuno y algunos lácteos⁶². En cambio, otros productos como chocolates y galletas, cuyo contenido de nutrientes críticos era ya intuido por los consumidores, no sufren variaciones significativas⁶³.

Además, para sumar respuestas a este argumento, se utilizó otro resultado del impacto de la política que daba cuenta de que, en Chile, en el caso de las bebidas azucaradas con sellos, (identificadas como una de las mayores responsables de la ingesta excesiva de azúcar en nuestro país⁶⁴), se redujo su demanda en un 23,7%⁶⁵. Sin embargo, se señaló que las empresas ofrecen un amplio portafolio de productos, con productos con y sin etiquetado. Por ejemplo, las compañías que fabrican be-



bidas azucaradas ofrecen también bebidas sin azúcar y agua embotellada^{66 67}, por lo que la sustitución por productos sin sellos podría compensar la caída en las ventas esperable para los productos con sellos^{68 69}.

La ley de etiquetado busca generar un cambio de hábitos que lleve a las personas a elegir alimentos más saludables.

EN CONCLUSIÓN

La industria alimentaria y sus figuras aliadas han esgrimido numerosos argumentos enfocados tanto en aspectos nutricionales como de índole económica para sembrar confusión y dudas acerca de la efectividad de la Ley PAS y su posible impacto negativo en la economía nacional, con el objetivo de obstaculizar la política a lo largo de todo su trayecto legislativo. Sin embargo, desde la sociedad civil, ha sido posible refutar cada uno de ellos con evidencia científica libre de conflictos de interés, dejando al descubierto que se trata de afirmaciones sin sustento alguno. Asimismo, ha quedado demostrado que la ley está basada en los mejores estándares de salud pública y en la mejor evidencia científica disponible •

ANEXO: BIBLIOGRAFÍA

1. Sandoval, Martha Yaneth (2019) "Interferencia de la industria en las propuestas de implementación de sellos frontales de advertencias 2017-2018". Educar Consumidores: Bogotá. Disponible en: <https://educarconsumidores.org/wp-content/uploads/2020/04/6.-Interferencia-de-la-Industria.pdf>
2. Mialon M, Swinburn B, Sacks G. A proposed approach to systematically identify and monitor the corporate political activity of the food industry with respect to public health using publicly available information. *Obes Rev.* 2015 Jul;16(7):519-30. doi: 10.1111/obr.12289. Epub 2015 May 19. PMID: 25988272.
3. PanAmerican Health Organization (2019). Ultra-processed food and drink products in Latin America: Sales, sources, nutrient profiles, and policy implications. Washington, D.C.: PAHO
4. Ministerio de Salud y Desarrollo Social. Secretaria de Salud. Segunda Encuesta Nacional de Nutrición y Salud; 2019. Disponible en: <https://bancos.salud.gob.ar/recurso/2deg-encuesta-nacional-de-nutricion-y-salud-indicadores-priorizados>
5. INDEC. 4ª Encuesta Nacional de Factores de Riesgo. 2019. Resultados definitivos. Disponible en: https://www.indec.gob.ar/ftp/cuadros/publicaciones/enfr_2018_resultados_definitivos.pdf
6. UNICEF, FIC Argentina. Situación alimentaria de niños, niñas y adolescentes en Argentina [Internet]. Ciudad Autónoma de Buenos Aires: UNICEF/FIC Argentina; 2023. Disponible en: bit.ly/3r4JdCb
7. FIC Argentina. Situación alimentaria de la población adulta en Argentina: ¿Dónde estamos y a dónde vamos?. Disponible en: https://www.ficargentina.org/wp-content/uploads/2023/10/2309_doc_ennys_adultos.pdf
8. UNICEF, FIC Argentina. Situación alimentaria de niños, niñas y adolescentes en Argentina [Internet]. Ciudad Autónoma de Buenos Aires: UNICEF/FIC Argentina; 2023. Disponible en: bit.ly/3r4JdCb
9. FIC Argentina. Situación alimentaria de la población adulta en Argentina: ¿Dónde estamos y a dónde vamos?. Disponible en: https://www.ficargentina.org/wp-content/uploads/2023/10/2309_doc_ennys_adultos.pdf
10. Organización Panamericana de la Salud. El etiquetado frontal como instrumento de política para prevenir enfermedades no transmisibles en la Región de las Américas [Internet]. Washington, DC: Organización Panamericana de la Salud; 2020 p. 38. Disponible en: https://iris.paho.org/bitstream/handle/10665.2/53013/OPSNMHRF200033_spa.pdf?sequence=5&isAllowed=y
11. Castronuovo L, Tiscornia MV, Guarnieri L, Martins E, Gomes FS, Allemanni L. Efficacy of different front-of-package labeling systems in changing purchase intention and product healthfulness perception for food products in Argentina. *Rev Panam Salud Publica.* 2022 Sep 26;46:e137. doi: 10.26633/RPSP.2022.137. PMID: 36177304; PMCID: PMC9512682.
12. Cabrera M, Machín L, Arrúa A, Antúnez L, Curutchet MR, Giménez A, Ares G. (2017). Nutrition warnings as front-of-pack labels: influence of design features on healthfulness perception and attentional capture. *Public Health Nutr* 2017; 2:1-12. 29.
13. Franco-Arellano B, Vanderlee L, Ahmed M, Oh A, L'Abbé M. (2020). Influence of front-of-pack labeling and regulated nutrition claims on consumers' perceptions of product healthfulness and purchase intentions: A randomized controlled trial. *Appetite* 2020; 149:104629. 30.
14. Schuldt JP. (2013). Does green mean healthy? Nutrition label color affects perceptions of healthfulness. *Health Commun* 2013; 28(8):814-21. 31. Huang L, Lu J. (2016). The impact of package color and the nutrition content labels on the perception of food healthiness and purchase intention.
15. Huang L, Lu J. (2016). The impact of package color and the nutrition content labels on the perception of food healthiness and purchase intention. *Journal of Food Products Marketing* 2016; 22(2):191-218.
16. Machín L, Aschemann-Witzel J, Curutchet MR, Giménez A, Ares G. (2018). Traffic Light System Can Increase Healthfulness Perception: Implications for Policy Making. *J Nutr Educ Behav* 2018; 50(7):668-74.
17. Louzada MLC, Ricardo CZ, Steele EM, Levy RB, Cannon G, Monteiro CA. (2017). The share of ultra-processed foods determines the overall nutritional quality of diets in Brazil. *Public Health Nutrition* 2017; 21(1):94-102
18. Machado PP, Steele EM, Levy RB, et al. (2019). Ultra-processed foods and recommended intake levels of nutrients linked to non-communicable diseases in Australia: evidence from a nationally representative cross-sectional study. *BMJ Open* 2019; 9(8):e029544
19. Marrón-Ponce JA, Flores M, Cediel G, Monteiro CA, Batis C. (2019). Associations between Consumption of Ultra-Processed Foods and Intake of Nutrients Related to Chronic Non-Communicable Diseases in Mexico. *J Acad Nutr Diet.* 2019;119(11):1852-1865.
20. Ministerio de Salud de Chile (2019). Evaluación Ley de Alimentos n°20.606 [Evaluation of Food Act 20.606]. Chile; 2019. Disponible en: https://www.minsal.cl/wp-content/uploads/2019/08/EVALUACION-LEY-DE-ALIMENTOS_julio-2019_02.pdf
21. Taillie LS, Reyes M, Colchero MA, Popkin B, Corvalán C. (2020). An evaluation of Chile's Law of Food Labeling and Advertising on sugar-sweetened beverage purchases from 2015 to 2017: A before-and-after study. *PLoS Med* 2020;17(2):e1003015.
22. Oviedo-Solís CI, Monterrubio-Flores EA, Cediel G, Denova-Gutiérrez E, Barquera S. Trend of Ultraprocessed Product Intake Is Associated with the Double Burden of Malnutrition in Mexican Children and Adolescents. *Nutrients.* enero de 2022;14(20):4347
23. Micha R, Peñalvo JL, Cudhea F, Imamura F, Rehm CD, Mozaffarian D. Association Between Dietary Factors and Mortality From Heart Disease, Stroke, and Type 2 Diabetes in the United States. *JAMA.* 7 de marzo de 2017;317(9):912-24
24. Organización Panamericana de la Salud. OPS/OMS. Panorama regional de la seguridad alimentaria y nutricional - América Latina y el Caribe 2018 [Internet].
25. Organización Panamericana de la Salud. El etiquetado frontal como instrumento de política para prevenir enfermedades no transmisibles en la Región de las Américas [Internet]. Washington, DC: Organización Panamericana de la Salud; 2020 p. 38. Disponible en: https://iris.paho.org/bitstream/handle/10665.2/53013/OPSNMHRF200033_spa.pdf?sequence=5&isAllowed=y
26. Organización Panamericana de la Salud. Plan de acción para la prevención de la obesidad en la niñez y la adolescencia. 2015. Disponible en: <https://www.paho.org/hq/dmdocuments/2015/obesity-plan-of-action-child-spa-2015.pdf>
27. Organización Panamericana de la Salud (2014) Plan de acción para la prevención y el control de las enfermedades no transmisibles en las Américas 2013-2019. Washington, DC: OPS, 2014. Organización Mundial de la Salud (2016). Informe de la Comisión para acabar con la obesidad infantil. Disponible en: https://apps.who.int/iris/bitstream/handle/10665/206450/9789243510064_spa.pdf?sequence=1
28. Alcaraz A, Perelli L, Clausen M, Guarnieri L, Graciano A, Comolli, M, Guaresti G, Espinola N. Lo que nadie te dice sobre las bebidas azucaradas en niños, niñas y adolescentes en Argentina. Dic 2022, Buenos Aires, Argentina. Disponible en: www.iecs.org.ar/azucar
29. Basto-Abreu A, Torres-Alvarez R, Reyes-Sánchez F, González-Morales R, Canto-Osorio F, Colchero MA, Barquera S, Rivera JA, Barrientos-Gutierrez T. Predicting obesity reduction after implementing warning labels in Mexico: A modeling study. *PLoS Med.* 2020 Jul 28;17(7):e1003221. doi: 10.1371/journal.pmed.1003221. PMID: 32722682; PMCID: PMC7386611.
30. Tiscornia MV et al. Evaluación de los sistemas de perfiles nutricionales para la definición de una política de etiquetado frontal en Argentina. *Rev Argent Salud Pública.* 2020;12:e17
31. Ministerio de Salud de la Nación. Análisis del nivel de concordancia de sistemas de perfil de nutrientes con las Guías Alimentarias para la Población Argentina. 2020. Disponible en: <https://bancos.salud.gob.ar/recurso/analisis-del-nivel-de-concordancia-de-sistemas-de-perfil-de-nutrientes-con-las-guias>
32. Organización Panamericana de la Salud (2016). Modelo de Perfil de Nutrientes. Washington, DC: PAHO.
33. Organización Panamericana de la Salud. El etiquetado frontal como instrumento de política para prevenir enfermedades no transmisibles en la Región de las Américas [Internet]. Washington, DC: Organización Panamericana de la Salud; 2020 p. 38. Disponible en: https://iris.paho.org/bitstream/handle/10665.2/53013/OPSNMHRF200033_spa.pdf?sequence=5&isAllowed=y
34. Organización Mundial de la Salud; Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación. Dieta, nutrición y prevención de enfermedades crónicas. Informe de una Consulta mixta de Expertos OMS/ FAO. Ginebra: OMS; 2003. (OMS, Serie de Informes Técnicos 916).
35. Organización Panamericana de la Salud (2016). Modelo de Perfil de Nutrientes. Washington, DC: PAHO.
36. Centro de Investigación en Nutrición y Salud Instituto Nacional de Salud Pública. Etiquetado frontal de advertencia. Reformulación en México. Disponible en: <https://elpoderdelconsumidor.org/wp-content/uploads/2023/09/p-2309-etiquetado-y-reformulacion-claves-para-reducir-consumo-d-sodio-lilia-pedraza-cinys-insp.pdf>
37. FIC Argentina y FAGRAN. EVALUACIÓN DE LA COMPOSICIÓN NUTRICIONAL DE PRODUCTOS ALIMENTICIOS ENVASADOS ANTES Y DESPUÉS DE LA IMPLEMENTACIÓN DE LA LEY DE PROMOCIÓN DE LA ALIMENTACIÓN SALUDABLE. Beca Salud Investiga 2022-2023 Categoría estudio multicéntrico. Ministerio de Salud de la Nación, a través de la Dirección de Investigación en Salud.

38. Organización Panamericana de la Salud (2016). Modelo de Perfil de Nutrientes. Washington, DC: PAHO.
39. Ley N° 27.642 de Promoción de la Alimentación Saludable. Disponible en: <https://www.argentina.gob.ar/normativa/nacional/356607/texto>
40. FIC Argentina. Situación alimentaria de la población adulta en Argentina: ¿Dónde estamos y a dónde vamos? Disponible en: https://www.ficargentina.org/wp-content/uploads/2023/10/2309_doc_ennys_adultos.pdf
41. UNICEF, FIC Argentina. Situación alimentaria de niños, niñas y adolescentes en Argentina [Internet]. Ciudad Autónoma de Buenos Aires: UNICEF/FIC Argentina; 2023 . Disponible en: bit.ly/3r4JdCb
42. UNICEF, FIC Argentina. Situación alimentaria de niños, niñas y adolescentes en Argentina [Internet]. Ciudad Autónoma de Buenos Aires: UNICEF/FIC Argentina; 2023 . Disponible en: bit.ly/3r4JdCb
43. FAO, OPS, WFP y UNICEF. 2018. Panorama de la seguridad alimentaria y nutricional en América Latina y el Caribe 2018. Santiago. Disponible en: <https://iris.paho.org/handle/10665.2/49616>
44. UNICEF, FIC Argentina. Situación alimentaria de niños, niñas y adolescentes en Argentina [Internet]. Ciudad Autónoma de Buenos Aires: UNICEF/FIC Argentina; 2023 . Disponible en: bit.ly/3r4JdCb
45. FIC Argentina. Situación alimentaria de la población adulta en Argentina: ¿Dónde estamos y a dónde vamos?. Disponible en: https://www.ficargentina.org/wp-content/uploads/2023/10/2309_doc_ennys_adultos.pdf
46. FIC Argentina. Situación alimentaria de la población adulta en Argentina: ¿Dónde estamos y a dónde vamos?. Disponible en: https://www.ficargentina.org/wp-content/uploads/2023/10/2309_doc_ennys_adultos.pdf
47. Castronuovo L, Tiscornia MV, Guarnieri L, Martins E, Gomes FS, Allemandi L. Efficacy of different front-of-package labeling systems in changing purchase intention and product healthfulness perception for food products in Argentina. *Rev Panam Salud Publica*. 2022 Sep 26;46:e137. doi: 10.26633/RPSP.2022.137. PMID: 36177304; PMCID: PMC9512682.
48. FIC Argentina. Políticas para promover un etiquetado frontal en alimentos y bebidas: recomendaciones para Argentina. Disponible en: https://www.ficargentina.org/wp-content/uploads/2021/03/2103_policy_fop.pdf
49. UNICEF/FIC Argentina (2023). Ley de Promoción de Alimentación Saludable: percepciones y experiencias de cuidadores de niños y niñas, diciembre de 2023, UNICEF/FIC Argentina. Disponible en: <https://www.unicef.org/argentina/informes/ley-de-promoci%C3%B3n-de-alimentaci%C3%B3n-saludable-percepciones-y-experiencias-de-cuidadores>
50. Informe de resultados. Estudio de opinión pública sobre la implementación de la ley 27.642 de promoción de la alimentación saludable.
51. UNICEF/FIC Argentina (2023). Ley de Promoción de Alimentación Saludable: percepciones y experiencias de cuidadores de niños y niñas, diciembre de 2023, UNICEF/FIC Argentina. Disponible en: <https://www.unicef.org/argentina/informes/ley-de-promoci%C3%B3n-de-alimentaci%C3%B3n-saludable-percepciones-y-experiencias-de-cuidadores>
52. Correa T, Fierro C, Reyes M, Dillman Carpentier FR, Taillie LS, Corvalan C. "Responses to the Chilean law of food labeling and advertising: exploring knowledge, perceptions and behaviors of mothers of young children". *Int J Behav Nutr Phys Act*. 2019 Feb 13;16(1):21.
53. Taillie LS, Reyes M, Colchero MA, Popkin B, Corvalán C. An evaluation of Chile's Law of Food Labeling and Advertising on sugar-sweetened beverage purchases from 2015 to 2017: A before-and-after study. *PLoS Med*. 2020 Feb 11;17(2):e1003015. doi: 10.1371/journal.pmed.1003015. PMID: 32045424; PMCID: PMC7012389.
54. El Poder del Consumidor y Corporación Colectivo de abogados. La interferencia de la industria es nociva para la salud. Estrategias corporativas contra el etiquetado frontal de advertencia: un estudio comparado de Chile, Perú, México y Uruguay. Septiembre 2020. Disponible en: <https://elpoderdelconsumidor.org/wp-content/uploads/2020/10/d-2010-interferencia-d-la-industria-nociva-para-la-salud-argumentos-amparos-etiquetado-final-200928.pdf>
55. Costo hundido refiere a todos aquellos costos fijos que se incurren por única vez y, luego de efectuados, no pueden ser recuperados.
56. Organización Panamericana de la Salud. El etiquetado frontal como instrumento de política para prevenir enfermedades no transmisibles en la Región de las Américas [Internet]. Washington, DC: Organización Panamericana de la Salud; 2020 p. 38. Disponible en: https://iris.paho.org/bitstream/handle/10665.2/53013/OPSNMHRF200033_spa.pdf?sequence=5&isAllowed=y
57. Grupo Bimbo aplica nuevas disposiciones sobre etiquetado de alimentos: sus líneas de panes de caja y bollería marca Bimbo no tendrán ningún sello bajo la nueva normativa. Grupo Bimbo [Internet]. 30 de septiembre de 2020 ; Disponible en: <https://www.grupobimbo.com/es/prensa/comunicados/bienestar/grupo-bimbo-aplica-nuevas-disposiciones-sobre-etiquetado-de-alimentos>
58. World Trade Statistical Review 2020 [Internet]. Geneva, Switzerland: World Trade Organization; 2020 p.156. Disponible en: https://www.wto.org/english/res_e/statis_e/wts2020_e/wts2020_e.pdf
59. Corvalán C, Correa T, Reyes M, Paraje G. Impacto de la ley chilena de etiquetado en el sector productivo alimentario [Internet]. Santiago de Chile, Chile: FAO-INTA; 2021 . 87 p. Disponible en: <https://doi.org/10.4060/cb3298es>
60. Paraje G, Colchero A, Wlasiuk JM, Martner Sota A, Popkin BM. The effects of the Chilean food policy package on aggregate employment and real wages. *Food Policy* [Internet]. 19 de enero de 2021 ;100(102016). Disponible en: <https://doi.org/10.1016/j.foodpol.2020.102016>
61. Barahona N, Otero C, Otero S, Kim J. Equilibrium Effects of Food Labeling Policies. 2021.
62. Araya S, Elberg A, Noton C, Schwartz D. Identifying Food Labeling Effects on Consumer Behavior [Internet]. 2020 . Disponible en: https://www.researchgate.net/profile/Sebastian-Araya-7/publication/325754898_Identifying_Food_Labeling_Effects_on_Consumer_Behavior/links/5e94c7554585150839dae622/Identifying-Food-Labeling-Effects-on-Consumer-Behavior.pdf
63. Alcaraz A, Bardach A, Espinola N, Perelli L, Balán D, Cairoli F, et al. El lado amargo de las bebidas azucaradas en Argentina [Internet]. Buenos Aires, Argentina: Instituto de Efectividad Clínica y Sanitaria; 2020 nov . Disponible en: www.iecs.org.ar/azucar
64. Taillie LS, Reyes M, Colchero MA, Popkin B, Corvalán C. An evaluation of Chile's Law of Food Labeling and Advertising on sugar-sweetened beverage purchases from 2015 to 2017: A before-and-after study. *PLoS Med*. Febrero de 2020;17(2):e1003015
65. Euromonitor International. Packaged Food In Argentina. 2020.
66. Euromonitor International. Soft Drinks In Argentina .2022
67. Corvalán C, Correa T, Reyes M, Paraje G. Impacto de la ley chilena de etiquetado en el sector productivo alimentario [Internet]. Santiago de Chile, Chile: FAO-INTA; 2021 . 87 p. Disponible en: <https://doi.org/10.4060/cb3298es>
68. Paraje G, Colchero A, Wlasiuk JM, Martner Sota A, Popkin BM. The effects of the Chilean food policy package on aggregate employment and real wages. *Food Policy* [Internet]. 19 de enero de 2021 ;100(102016). Disponible en: <https://doi.org/10.1016/j.foodpol.2020.102016>

¿Legislar para la industria o para la población argentina?



INTRODUCCIÓN

En nuestra sociedad hay una creencia bastante generalizada de que *hacer política* es para pocas personas, especialistas y con un largo recorrido *haciendo política*.

El 1 de marzo de 2020 nació Consciente Colectivo y, casualidad o no, es el día en que, año a año, inician las Sesiones Ordinarias en el Congreso de la Nación Argentina. En ese entonces, hace ya casi cuatro años, un grupo de jóvenes se juntó para pensar cómo involucrarse en la agenda social y ambiental e intentar transformar una realidad que parecía (y aún parece) cada vez más adversa, desigual e injusta. En un primer momento, uno de los principales ejes de trabajo fue la incidencia política, pero después aparecieron un sinnúmero de preguntas: ¿cómo se hace política? ¿Cómo se incide en el Congreso Nacional? ¿A quiénes hay que tocarles la puerta? Y, quizá, la madre de todas las preguntas: **¿por dónde y cómo arrancar a hacer incidencia?**

No hay un manual de cómo hacerlo, o quizás sí, pero quienes escribimos este capítulo no seguimos ninguno. Quienes formamos **Consciente Colectivo** creemos en la urgente necesidad de transformar la manera de hacer política en nuestro país. En las próximas líneas, contaremos algunas estrategias, acciones y circunstancias que sucedieron a lo largo del

proceso legislativo para que hoy tengamos la Ley de Promoción de la Alimentación Saludable.

Como toda política que busca transformar la raíz de ciertas problemáticas, hay intereses que se deben tocar para que no todo siga siendo igual. Justamente, lo que buscábamos en ese entonces era que en materia de **enfermedades crónicas no transmisibles** no siguiera todo igual. Por otro lado, ciertos sectores de la industria alimentaria buscaban, contra viento y marea, que las discusiones legislativas no avanzaran o que, si avanzaban, lo hicieran con un proyecto de ley laxo, ambiguo y poco ambicioso según el lente de las organizaciones de sociedad civil que trabajamos en el tema.

En un artículo de Delfina Torres Cabre-ro para *bocado.lat*, la periodista dejó asentada una cuestión central en materia de interferencia y lobby de la industria: “No es algo exclusivo de la Argentina. El debate del etiquetado generó resistencias virulentas en todos los países de Latinoamérica en los que fue planteado. «Fue un combate de guerrilla difícil de ganar», resumió en una nota del New York Times Guido Girardi, el senador chileno que lideró la aplicación de la ley que finalmente entró en vigencia en ese país en 2016.”¹

¿LEGISLAR PARA LA INDUSTRIA O PARA LA POBLACIÓN ARGENTINA?

Durante 2023, desde que el proyecto de ley se aprobó en el Senado de la Nación y en Diputados para convertirse en ley, se evidenció la interferencia de la industria alimentaria a través de diversas acciones de incidencia directa sobre la política. Tanto en el Poder Ejecutivo como en el Poder Legislativo, pasando por el Senado de la Nación y la Cámara de Diputados, la industria llevó a cabo distintas acciones de interferencia para im-

pedir el proceso de elaboración de esta política pública.

Desde las organizaciones de la sociedad civil realizamos diversas acciones para contrarrestar el lobby de la industria en pos de defender la ley tal cual fue redactada.

Desde las organizaciones de la sociedad civil realizamos diversas acciones para contrarrestar el lobby de la industria en pos de defender la ley tal cual fue redactada.



EN EL SIGUIENTE CUADRO SE SISTEMATIZAN LAS ACCIONES LLEVADAS A CABO POR LA INDUSTRIA, QUE DENOMINAREMOS LOBBY, POR LOS POLÍTICOS INVOLUCRADOS Y LAS ACCIONES DE LA SOCIEDAD CIVIL PARA DEFENDER LA LEY, CON PRINCIPAL FOCO EN SEIS EVENTOS CONCRETOS EN ORDEN CRONOLÓGICO.

NOS TOMAN POR IDIOTAS: UN MENSAJE CON- TUNDENTE FRENTE AL LOBBY EN EL SENADO

28 de octubre de 2020. Estamos a horas de una nueva sesión en el Senado de la Nación y la expectativa es mucha: hay un grupo de senadores y senadoras que impulsan la media sanción del proyecto unificado (fruto de la unificación de quince proyectos de ley) de la que pretende ser la *Ley de Etiquetado Frontal*. Así, se sumaría la República Argentina al listado de países que en América Latina tienen normativas al respecto. Aunque todo parecía encaminado, a horas de la sesión se filtró la información de que la famosa empresa “Coca-Cola”, con la colaboración de ciertos integrantes del Poder Ejecutivo, habían logrado modificaciones en algunos ejes centrales del proyecto de ley. Ante ello, las organizaciones de la sociedad civil, con menos de 24 horas por delante, organizamos una serie de acciones para evitar que cedieran ante las presiones de la multinacional. Una de ellas tenía como lema “Nos toman por idiotas”, haciendo alusión a los constantes vaivenes en materia de voluntad política para tener la ley. A la par, quedó en evidencia el constante e intenso lobby por parte de algunas empresas al escuchar las declaraciones de una de las abanderadas del proyecto, Anabel Fernández Sagasti, senadora por el entonces bloque del Frente de Todos. Sus palabras fueron contundentes y no dan lugar a la confusión: “Las sugerencias de Coca Cola no fueron aceptadas”². En paralelo a la incidencia legislativa para que algunas figuras del Senado salieran públicamente a hacer declaraciones confirmando el proyecto dictaminado, miles de ciudadanos y ciudadanas en todo el país enviaron correos a los senadores y senadoras de toda la Cámara con un mensaje claro: “Hola, soy xxx, un ciudadano que quiere que se respete su derecho a la información, a la salud y a una alimentación sana”.

OTRO GUIÑO PARA LA INDUSTRIA AZUCARERA

Tan solo unos días después, con la media sanción del Senado, el proyecto de ley pasaba a la Cámara de Diputados de la Nación. Como sucede con la práctica legislativa, la presidencia de la Cámara debía asignar los giros correspondientes a las comisiones afines a su tratamiento. Pero en muchas ocasiones, la teoría y el reglamento quedan alejados de lo que sucede en la práctica: el entonces presidente de la Cámara, Sergio Massa, asignó giro a seis comisiones. Leíste bien. Alrededor de 180 diputados y diputadas debían tratar el proyecto y, entre ese grupo, se incluían comisiones que no tenían nada que ver con su tratamiento. ¿Qué significaba esto? Una concreta acción en pos de que el proyecto no avanzara. Ante ello, desde sociedad civil se organizaron rápidamente distintas acciones de respuesta. Una de ellas enarbolaba el lema de *#ExcesoDeLobby*, que fue tendencia en redes sociales. El tema despertó bastante polémica a propios y ajenos y así se logró que el proyecto tuviera giro a cuatro comisiones en lugar de las seis iniciales. Aún así, el proyecto no avanzaba en su tratamiento legislativo. Ante esto, una nueva y concreta exigencia por parte de las organizaciones: *#DictamenYA*. Se exigía que las comisiones realizaran un plenario en conjunto para agilizar su tratamiento.

ACTIVÁ EL CONGRESO

El proceso no avanzaba y el ímpetu que había logrado en el Senado se estaba perdiendo. A medida que nos acercábamos al verano, y por ende al final del periodo de sesiones ordinarias, disminuían las posibilidades de que el proyecto se convirtiera en ley con la celeridad esperada. Ante esto, se impulsó la utilización “Activá el Congreso”³, una plataforma de participación ciudadana que acercó el Congreso a la gente de a pie, para así masificar la

posibilidad de participar e incidir en el pedido de que *#EtiquetadoClaroYA* fuera ley. Durante su tratamiento en la Cámara de Diputados, se mandaron más de 50 mil mensajes a los legisladores y legisladoras manifestando, con distintos argumentos, la necesidad e importancia de que el proyecto fuera ley. La página identificaba, según información de público conocimiento, a los diputados y diputadas con un color: rojo (en contra de la ley), amarillo (no se sabía su posición o se iba a abstener) y verde (a favor). Así se difundió la información del estado de situación se entre la ciudadanía y se brindó una instancia concreta, sencilla y eficaz para exigir a diputados y diputadas que aceleraran su proceso.

REUNIONES DES-INFORMATIVAS

Corría mediados de noviembre y el presidente de la Comisión de Acción Social y Salud Pública, Pablo Yedlin, diputado integrante del bloque del Frente de Todos, salía en diversos medios de comunicación enunciando que “El proyecto, así como está, pone al azúcar en un lugar que no se merece”. Además, daba información falsa en torno a las supuestas limitaciones que implicaba el Mercosur y la posibilidad de los países para legislar en la materia. Ante esto, desde la sociedad civil se organizó una reunión informativa en la que participaron especialistas y referentes de distintos países de la región para dejar asentado que la mejor información existente estaba *libre de conflictos de interés*. Al mismo tiempo, se realizó un video en el que se respondió a cada



uno de los puntos que el diputado enunció en una entrevista en el canal “DiputadosTV”. Resultaba bastante peculiar que quien esperábamos que fuera una de las cabezas impulsoras del proyecto en la Cámara de Diputados y Diputadas terminara siendo un cómplice de la industria azucarera de su provincia, Tucumán. Quedaba en evidencia, una vez más, cómo este sector estaba entorpeciendo el proceso legislativo.

Hacia el final del año 2020, logramos que se incluyera el tratamiento de la ley en el temario de las sesiones extraordinarias. A pesar de ese importante paso, el tema no se trató en ese periodo y hubo que esperar a que se reanudaran las sesiones ordinarias. Durante los primeros días del mes de marzo, se realizó un *etiquetazo* con la consigna “Lo que las marcas no dicen lo decimos nosotrxs en las calles”. La acción⁴ consistía en etiquetar distintos productos publicitados en la vía pública con el aval técnico de un equipo de profesionales de la salud. Esta acción no solo sirvió para visibilizar las demoras del tratamiento en el Con-

greso, sino que también para conversar con las personas que se sorprendían o mostraban interés por la acción que organizaciones de la sociedad civil⁵ estaban llevando adelante en la ciudad de Buenos Aires.

Días más tarde, se convocó a una serie de reuniones informativas por parte de las presidencias de las cuatro comisiones que integraban el plenario, a las que asistieron

varias organizaciones de la sociedad civil y se expuso desde distintos sectores. También estuvieron presentes, como era de esperarse, algunas personas conocidas en el sector por ser referentes del trabajo **con conflictos de interés**, entre ellas Susana Socolovsky, financiada por Coca-Cola por su participación en simposios y congresos; y Sergio Britos, director del Centro de Estudios sobre Políticas y Economía de la Alimentación (CEPEA), con estrechos vínculos con la empresa Danone⁶.

Una de las acciones que generó incidencia política gracias a su fuerte movimiento en redes sociales fue una pieza audiovisual llamada “El sabor de la mentira”⁷, que superó el millón de reproducciones. ¿El foco? La voz de una niña que narra los distintos impactos de los ultraprocesados, así como la información que se mantiene oculta.

Pasaba el tiempo, pero no avanzaba con solidez el tratamiento para que el proyecto con media sanción tuviera dictamen y fuera debatido y votado en el recinto. Ante ello, a fines de junio, un conjunto de organizaciones de la sociedad civil lanzaron una campaña llamada “Que no te tapen los ojos”⁸. Esta acción tuvo repercusiones en todo el país y llegó a las calles de las distintas jurisdiccio-

nes, con espacio en medios de comunicación, redes sociales y vía pública. Para que no nos taparan los ojos, se necesitaba una ley sólida, ambiciosa y congruente con los mejores estándares regionales e internacionales, libre de conflictos de interés.

Para que no nos taparan los ojos, se necesitaba una ley sólida, ambiciosa y congruente con los mejores estándares regionales e internacionales, libre de conflictos de interés.

A mediados de julio, en miras a un nuevo plenario de las cuatro comisiones, desde la sociedad civil se realizaron distintas acciones informativas en redes sociales para visibilizar el estado de situación del tratamiento legislativo y así involucrar a más sectores. Entre ellas, se realizó un vivo de Instagram⁹ donde distintas organizaciones hablaron sobre las informaciones y perspectivas que consideraban elementales para la discusión pública, técnica y política.

Al día siguiente de esta acción, el 13 de julio de 2021, se consiguió lo esperado¹⁰: el ansiado dictamen que habilitó la discusión y votación en el recinto para que los 257 diputados y diputadas lo trataran.

LAS MARCAS AFUERA DE LAS ESCUELAS

El 18 de julio de 2021 se dio a conocer¹¹ el acuerdo entre la Fundación Arcor y el Ministerio de Educación de la Nación. En ese marco, y en respuesta a una nueva muestra de los vínculos intrínsecos entre las grandes empresas alimenticias (opositoras al proyecto de ley) y el Estado, desde la sociedad civil se realizaron diversidad de acciones para seguir visibilizando, incidiendo y generando la masa crítica que finalmente sería la clave para que hoy sea ley.

Una de esas acciones¹² se llevó a cabo en un parque céntrico y emblemático de la Ciudad de Buenos Aires, donde se repartieron folletos y se buscó conversar con quienes pasaban para explicarles por qué era tan importante la sanción de la ley. Para la sorpresa y alegría de quienes estuvieron allí, muchísimas personas ya estaban al tanto de la discusión legislativa y manifestaron su rotundo apoyo a las organizaciones para seguir por el mismo camino en el que venían trabajando.

Otra acción¹³ que generó mucho ruido en medios de comunicación y despachos del Congreso Nacional fue la realizada en las puertas del Congreso con más de 350 peluches que llevaban mensajes de los impactos y consecuencias que tiene la malnutrición en las niñeces.

“¿Qué hay detrás de una caja bonita?”¹⁴ también fue una de las respuestas y acciones desde la sociedad civil para sumar valor a la conversación y discusión política y así reafirmar la necesidad de la ley.

Pasaban los días y no había ningún tipo de avance en el tratamiento legislativo, por lo que un conjunto de organizaciones convocaron a una acción para escribirles directamente a los tomadores de decisiones. La carta rezaba: “Estimadas diputadas y diputados, nos dirigimos a ustedes en pos de pedirles que sea tratado de manera urgente en el recinto el proyecto que ya cuenta con media sanción del Senado, la Ley de Promoción de la Alimentación Saludable”¹⁵. En línea con esa acción, también

hubo otra bajo el lema: “#BastaDeLobby”¹⁶.

PUERTAS GIRATORIAS

Seguían transcurriendo las semanas y el proyecto con media sanción seguía sin avanzar. Como si fuera poco, con el enlentecimiento forzado, asumía como Jefe de Gabinete Juan Manzur¹⁷, señalado desde los medios por “(...) haber intervenido directamente para bloquear cada una de las iniciativas que rozaron lo que llama la “industria madre” de su provincia, la azucarera.¹⁸ Su asunción en uno de los cargos clave del Poder Ejecutivo despertaba preocupación y temor en quienes impulsaban su sanción, ya que Manzur era un conocido detractor



de toda normativa que pusiera en el foco de la discusión a la industria azucarera.

Mientras tanto, ya habían pasado más de diez meses desde que el proyecto había ingresado en la cámara baja, y ante eso, una exigencia concreta por parte de sociedad civil: “#PonganFecha”¹⁹.

El 5 de octubre, la sesión se terminó cayendo por falta de quórum y las ilusiones se desvanecieron una vez más. La reacción de ciertos sectores de la sociedad civil ante ello fue contundente: “Exceso de lobby en el Congreso Nacional”²⁰.

Era central desmitificar algunos elementos que desde el sector privado querían instalar. Decían estar a favor del etiquetado

frontal, pero la gran pregunta era: ¿a favor de qué tipo de etiquetado?²¹ Las participaciones del sector privado en los medios de comunicación con mayor alcance eran constantes y la desinformación permanente. En este sentido, el trabajo de las organizaciones libres de conflicto de interés fue vital²².

REFLEXIONES FINALES

Las estrategias para interferir en la legislación de los países son recurrentes y trascienden fronteras. La cooptación de profesionales de la salud, la intensificación de los vínculos y acuerdos entre organismos estatales y empresas privadas, la contratación de profesionales de la salud por parte de empresas privadas que luego dicen hablar desde instituciones académicas, son algunas de las muchas y variadas estrategias que se llevan adelante para incidir e intervenir en la sanción de nuevas políticas, así como en la reformulación de otras existentes.

La interferencia de la industria, las grandes empresas y grupos económicos debe regularse. En la República Argentina, desde hace más de veinte años se vienen presentando proyectos de ley a estos fines y ninguno de ellos ha avanzado. El decreto 1172/2003²³ regula lo referido a “gestión de intereses”, pero solo aplica para ciertos cargos de la órbita del Poder Ejecutivo, que contempla desde el presidente y vicepresidente hasta los directores nacionales. Lo paradójico para la discusión legislativa es que, al día de hoy, no hay normativa que regule el lobby y estipule obligaciones a los integrantes del Congreso Nacional. Una investigación del Centro de Implementación de Políticas Públicas para la Equidad y el Crecimiento (CIPPEC) afirma que: “El principal aprendizaje que surge de

Lo paradójico para la discusión legislativa es que, al día de hoy, no hay normativa que regule el lobby y estipule obligaciones a los integrantes del Congreso Nacional.

esta primera etapa es la necesidad de contar con una norma que pueda aplicarse en nuestro país, esto quiere decir que no «copie» modelos o ejemplos de otros países sino que reconozca nuestro sistema político y nuestra propia cultura. De esta manera, las posibilidades de que pueda ser aplicada correctamente y cumplida por los diferentes actores serán mucho mayores.²⁴”

Mientras el Estado siga dejando esos vacíos que solo benefician a ciertos grupos económicos, que trabajan en pos de su propio beneficio, será vital una ciudadanía activa, informada y organizada, que haga frente a los intentos de desregulación y beneficios que vulneran derechos humanos y ponen en riesgo la posibilidad de que vivamos mejor como sociedad.

Es crucial que haya una sociedad civil organizada, comprometida y que trabaje libre de conflictos de interés, para así promover más y mejores políticas públicas que materialicen los derechos humanos que la Constitución Nacional y los tratados internacionales con jerarquía constitucional garantizan en pos del ordenamiento jurídico de la República Argentina •

ANEXO: BIBLIOGRAFÍA

1. Cuidado, lobby suelto: <https://bocado.lat/cuidadolobbysuelto/>
2. <https://www.mdzol.com/politica/2020/10/29/fernandez-sagasti-las-sugerencias-de-coca-cola-no-fueron-aceptadas-115007.html>
3. Para ver más: https://activaelcongreso.ar/p/Ley_de_Etiquetado_Frontal_de_alimentos_y_bebidas
4. Video de la acción: <https://www.instagram.com/p/CMI2eaZAZeg/?igsh=N2cxdXc0b3FreGx0>
5. <https://www.instagram.com/tv/CMs35hSgQge/?igsh=MWQwdmcwYXFtdWdybA%3D%3D>
6. Más información: <https://bocado.lat/cuidadolobbysuelto/>
7. <https://www.youtube.com/watch?v=YvAbTFgd9Xg>
8. Una de las notas periodísticas anunciando la campaña: <https://www.infobae.com/salud/2021/07/04/que-no-te-tapen-los-ojos-la-campana-que-exige-el-etiquetado-de-advertencias-en-alimentos-y-bebidas/>
9. <https://www.instagram.com/tv/CRPzimQgLFV/?igsh=MXZ6bXF2cmIjMGVubA%3D%3D>
10. <https://www.instagram.com/p/CRSKMZIAEX5/?igsh=MTlwZmx5N3pzcZkMA==>
11. Nota en Forbes Argentina: <https://www.forbesargentina.com/negocios/grupo-arcor-ministerio-educacion-firman-acuerdo-cooperacion-25-millones-n6648>
12. <https://www.instagram.com/p/CSA51fMg2mw/>
13. https://www.instagram.com/p/CSE9i3FAGbd/?igsh=MTRkbXVjd3gzNjIzMA%3D%3D&img_index=5
14. <https://www.bocado.lat/etiquetadoYa/>
15. <https://www.instagram.com/reel/CS69KuYg2cK/?igsh=cHY3bmkxejJzc2kz>
16. https://www.instagram.com/p/CS-MVRhF2W_/?igsh=NHJwa3B2aHdiMTU5&img_index=3 ; https://www.instagram.com/reel/CTF9c4jA_b/?igsh=MzJsa2xmbWJoYjh0
17. https://www.eldiarioar.com/economia/juan-manzur-gobierno-ley-etiquetado-frontal-suma-oponente-peso_1_8323978.html
18. *Ibidem*
19. <https://www.instagram.com/tv/CUJHhGaAxLK/?igsh=MTZleWZzbmE3aWc5Yw%3D%3D>
20. <https://www.instagram.com/p/CUqQtERvDco/?igsh=MWtoOXyWym1oaGgxdw%3D%3D> ; <https://www.instagram.com/p/CU8jZZ5g61R/?igsh=cXZoMm81NjVrbzNr>
21. <https://www.instagram.com/p/CVMH6obg5YW/>
22. Participación en Canal 9: <https://www.instagram.com/p/CVMH6obg5YW/> ; Participación en TV Pública: https://www.instagram.com/p/CVd5DVYju_W/
23. Decreto 1172/2003: <https://www.argentina.gob.ar/normativa/nacional/decreto-1172-2003-90763> Más información en “Ley Simple”: <https://www.argentina.gob.ar/justicia/derechofacil/leysimple/gestion-de-intereses>
24. “Apuntes para una definición del lobby y la gestión de intereses en la Argentina” - CIPPEC <https://www.cippec.org/wp-content/uploads/2017/03/1976.pdf>



Desarticulando los argumentos legales de la industria alimentaria en contra del proyecto de Ley de Promoción de la Alimentación Saludable



INTRODUCCIÓN

El presente capítulo tiene por objetivo exponer los principales argumentos jurídicos que han sido presentados por la industria de alimentos y bebidas alcohólicas en las reuniones informativas de las Cámaras de Senadores y de Diputados del Congreso de la Nación Argentina, para impedir, dilatar e interferir el proceso de sanción de la Ley de Promoción de la Alimentación Saludable (Ley PAS).

A los fines de su análisis, hemos agrupado los argumentos según se basen en aspectos legales internacionales o en cuestiones vinculadas al ordenamiento jurídico interno, para luego refutarlos en base a argumentos jurídicos y evidencia científica libre de conflictos de interés. Se hizo especial foco en el segundo grupo, debido al escaso desarrollo que han tenido en la literatura disponible en la materia y la gran utilidad que pueden representar para la defensa de este tipo de políticas públicas.

La industria alimentaria sostenía que el proyecto de ley contradecía las regulaciones internacionales y la normativa local.

VIOLACIÓN DE COMPROMISOS INTERNACIONALES

Una de las principales estrategias argumentativas que utilizó la industria alimentaria para discutir la legitimidad del Etiquetado Frontal de Advertencias (EAF) tiene que ver con la supuesta violación a compromisos internacionales, acompañada de una serie de consecuencias negativas para el desarrollo económico, comercial y productivo del país y la región.

En el plano de la integración regional, sostenían que el proyecto de ley era incompatible con la normativa del Mercosur y que Argentina no tenía la potestad de avanzar por sí misma en regulaciones de etiquetado nutricional, ya que la adopción e implementación de este tipo de cuestiones debía hacerse por medio de un procedimiento de previa armonización del bloque. A su vez, en el marco del comercio internacional, afirmaban que el EFA contradice los parámetros fijados en materia de etiquetado por el Codex Alimentarius, y que Argentina –al ser miembro de su Comisión– tenía el deber de no contrariar o desconocer los parámetros allí fijados. Finalmente, afirmaban que la adopción unilateral de un sistema de etiquetado nutricional que no se atenía a este tipo de estándares internacionales implicaría la creación de obstáculos técnicos al comercio y, por consiguiente, la violación del Acuerdo Obstáculos Técnicos al Comercio (OTC) de la Organización Mundial Comercio (OMC).

Contraargumento

Respecto del ámbito regional, lo primero a considerar es que el **Mercosur** es un proceso abierto y dinámico que, actualmente, no tiene una norma armonizada sobre etiquetado frontal de alimentos. Además, dada la grave

situación epidemiológica que atraviesa la región respecto a las ECNT¹, la postura expresada por sus referentes ha sido la de impulsar que cada Estado avance en este sentido. En ese marco, en el año 2018, en la XLII Reunión de Ministros de Salud Pública del Mercosur, se acordó la implementación de medidas centradas en comunicar de manera fácil y rápida las cantidades excesivas de los nutrientes críticos en productos envasados y se aprobó el acuerdo N° 03/2018, que tiene por fin que se determinen los límites de excesos de estos nutrientes en base a las recomendaciones de la OPS/OMS². Sobre estos acuerdos, cada Estado es soberano –y tiene la responsabilidad– de avanzar con normas que garanticen estándares más altos de protección del derecho a la salud de su población, sin que ello implique ir en detrimento de los procesos de integración regional.

Respecto al apartamiento del EFA de las recomendaciones del **Codex Alimentarius**, vale aclarar que sus normas no son de observancia obligatoria, sino voluntaria. En términos jurídicos, la relevancia de este instrumento radica en que el artículo 2.4 del Acuerdo de Obstáculos Técnicos al Comercio (OTC) exige que los Estados utilicen “normas internacionales pertinentes” como “base” de sus reglamentos técnicos, como las consagradas en el Codex. En este sentido, cobra particular importancia la jurisprudencia del Órgano de Apelación del sistema de solución de controversias de la OMS, que establece que para considerar que el etiquetado nutricional “está basado” en las normas del Codex y se satisfaga el deber de armonización, no se exige que este guarde total correspondencia con las normas del Codex. En general, será suficiente con que no exista una contradicción manifiesta con aquél, y que muestre una relación de cercanía en el sentido de utilizarlo como “fundamento” o “soporte”^{3 4}. Otra vía válida para responder este argumen-



to de la industria es atender a la cláusula que el propio Acuerdo OTC prevé para los casos en que los estándares internacionales sean inadecuados o ineficaces para cumplir el objeto de la política pública trazado. En este caso, como veremos a continuación, sólo debe probarse que el reglamento no crea obstáculos innecesarios al comercio.

El **Acuerdo OTC** tiene como propósito evitar la creación de obstáculos innecesarios al comercio internacional y dar reconocimiento a todos los miembros de la OMC para proteger intereses legítimos, como la salud pública, de acuerdo con la propia autonomía regulatoria, aunque promoviendo el uso de estándares internacionales en sus reglamentos técnicos internos. En el Preámbulo del Acuerdo se reconoce que “no debe impedirse a ningún país que adopte las medidas necesarias para asegurar la calidad de sus exportaciones, o para la protección de la salud y la vida de las personas (...) a los niveles que considere apropiados”.

Para dilucidar si significa que una restricción al comercio es o no necesaria, el Acuerdo OTC establece ciertos criterios. Los principales para el caso son: a) no discrimina-

ción entre productos nacionales e importados; b) necesidad e idoneidad en relación al fin de salud pública⁵; c) transparencia ante el Comité OTC⁶. El EFA estaría en condiciones de satisfacer cada uno de ellos⁷.

Lo que surge de los argumentos de la industria es, desde una perspectiva de derechos, un inadecuado balance entre los derechos fundamentales de las personas –el interés público– y los intereses comerciales, además de una desafortunada lectura de los instrumentos internacionales, que busca generar temor y deslegitimar el EFA frente a la población. En este sentido, es importante destacar que “si se interpreta de manera apropiada, el derecho internacional económico no debería ser un obstáculo para la adopción de medidas tendientes a la protección de la salud pública, como el etiquetado de alimentos”⁸.

DESARMONIZACIÓN Y VIOLACIÓN DE LA NORMATIVA NACIONAL

Por otra parte, la industria ha desarrollado una serie de argumentos legales en contra del proyecto de ley que se asientan en supuestas

contradicciones entre la normativa en debate y el resto del ordenamiento jurídico nacional. A continuación, se presentan estos argumentos junto con los contraargumentos desarrollados por la sociedad civil en conjunto con diferentes sectores defensores de la ley.

DERECHO A RECIBIR INFORMACIÓN ADECUADA Y VERAZ Y AFECTACIÓN DE LA LIBERTAD DE ELECCIÓN DE LAS PERSONAS CONSUMIDORAS

La industria alimentaria sostenía que el sistema de EFA no brinda información clara y completa sobre el contenido nutricional del producto porque declara solo aquellos nutrientes críticos que están en exceso, mientras que prohíbe toda información nutricional complementaria. Ello torna el sistema ineficaz para “educar” a la población respecto a sus decisiones de consumo, generando confusión e impidiendo la posibilidad de realizar mejores elecciones alimentarias según sus necesidades biológicas, nutricionales, etc. Manifestaban que este tipo de políticas solo busca atemorizar a las personas y que los sellos podrían ser un condicionante de la compra, pero no serían suficientes para que el consumidor comprendiera el motivo de la misma.

Contraargumento

Lo que se pone en discusión bajo este argumento es qué implica el derecho a la información y la libertad de elección en el marco de las relaciones de consumo desde un enfoque de derechos. En ese sentido, corresponde considerar en primer lugar que el art. 42 de la Constitución Nacional dispone expresamente que las personas consumidoras “(...) tienen derecho, en la relación de consumo, a la protección de su salud, seguridad e intereses económicos; a una información adecuada y veraz; a la libertad de elección y a condiciones de trato

¿Qué implica el derecho a la información y la libertad de elección en el marco de las relaciones de consumo desde un enfoque de derechos?

equitativo y digno. Las autoridades proveerán a la protección de esos derechos (...)”. Asimismo, la ley Nacional N° 24.240 de Defensa del Consumidor (LDC), en su Capítulo II, refiere específicamente a la información del consumidor y a la protección de su salud. Cabe citar el artículo 4 que establece: “el proveedor está obligado a suministrar al consumidor en forma cierta, clara y detallada todo lo relacionado con las características esenciales de los bienes y servicios que provee” y el art. 6, que determina que cuando “su utilización pueda suponer un riesgo para la salud o la integridad física de los consumidores o usuarios, deben comercializarse observando los mecanismos, instrucciones y normas establecidas o razonables para garantizar la salud de los mismos”. A su vez, esta obligación se complementa con lo establecido por el Código Civil y Comercial de la Nación que, en su artículo 1097, indica: “(...) La dignidad de la persona debe ser respetada conforme a los criterios generales que surgen de los tratados de derechos humanos (...)”. Seguidamente, en su artículo 1100, refuerza la obligación a cargo del proveedor de suministrar información a la persona consumidora de manera gratuita y con la claridad necesaria que permita su comprensión.

Por otra parte, a nivel internacional, el Estado Argentino se ha comprometido a regular el mercado de productos alimenticios para brindar información adecuada a quienes consumen, con el propósito de proteger su salud.

Uno de los principios de las Directrices de Protección al Consumidor aprobadas por la ONU indica que las empresas tienen la obligación de facilitar información completa, exacta y no capciosa acerca de los bienes y servicios que ofrecen y, asimismo, atiende al deber que asiste a las empresas a garantizar un trato justo a las personas consumidoras a través de sus prácticas de comercialización⁹. Del marco normativo surge que el derecho a la información no se circunscribe únicamente a que se brinden datos acerca de los productos, sino que sobre todo exige que estos sean accesibles, de fácil comprensión para la población consumidora y efectivos para impulsar decisiones de consumo más saludables.

El etiquetado frontal de advertencia es la herramienta más efectiva para proporcionar la mejor información y favorecer la libre elección por parte del consumidor.

En línea con ello, el Manual de Recomendaciones sobre Etiquetado Frontal de Alimentos elaborado por la entonces Secretaría de Gobierno de Salud de la Nación¹⁰, tras realizar evaluaciones de implementación y un análisis comparativo de los distintos tipos de rotulado frontal, llegó a la conclusión de que el etiquetado frontal de advertencia es la herramienta más efectiva para proporcionar la mejor información en un tiempo más corto, así como para favorecer la elección de alimentos más saludables. A su vez, a razón de su sencillez y fácil interpretación, se demostró que es el más comprendido por niños, niñas y adolescentes (NNyA) y por personas de bajo nivel educativo, brindando así una especial

protección a los grupos en mayor situación de vulnerabilidad. Esto fue confirmado por estudios de implementación realizados en Chile^{11,12}.

También cabe destacar que las restricciones de “claims nutricionales” son acertadas toda vez que estos “claims” poseen la capacidad de ocasionar confusión o un efecto distractor en las personas consumidoras, que deriva en percepciones erróneas sobre el producto, creyendo que es más saludable de lo que en realidad es. Incluso, de acuerdo a investigaciones en la materia^{13,14}, el sello positivo es considerado como una estrategia de marketing transicional, utilizada por la industria para familiarizar a quien consume el producto con el sello de advertencia, anulando así el efecto de este último.

Otro punto importante a destacar tiene que ver con la estrategia de la industria de contraponer el EFA a los mecanismos de educación ciudadana. Sin embargo, la evidencia científica disponible muestra impactos muy diferenciados entre un modelo y el otro. De esto surge que la educación debe utilizarse como una medida complementaria y no como alternativa¹⁵, tal como prevé el proyecto de ley en su capítulo IV, “Promoción de la alimentación saludable en los establecimientos educativos”.

En relación a la libertad de elección, desde una perspectiva de derechos humanos, en la medida en que se respete la autonomía individual para tomar la decisión, el Estado puede –y debe– desarrollar este tipo de intervenciones con el fin de equilibrar un campo en el que las personas son expuestas sistemáticamente a masivas estrategias de promoción de hábitos no saludables.

CONTRADICCIÓN CON EL RÉGIMEN ESPECIAL PARA LA DONACIÓN DE ALIMENTOS LEY NO. 25.989

Otro aspecto del proyecto de ley que ha sido atacado por la industria alimentaria tiene que ver con la prohibición de la promoción o entrega a título gratuito de los alimentos o bebidas alcohólicas que presenten al menos un sello de advertencia. Denunciaban incompatibilidad con la ley nacional No. 25.989, que indica que podrán ser objeto de donación todos aquellos productos alimenticios que cumplan con las exigencias bromatológicas y de inocuidad. La restricción prevista en el proyecto impactaría negativamente en los programas sociales ideados y ejecutados por el Estado argentino, muchos de los cuales tienen por fin la entrega de leche y otros lácteos, así como las acciones de asistencia social realizadas por los bancos de alimentos y las organizaciones no gubernamentales.

Contraargumento

En primer lugar, debe resaltarse que el proyecto de ley no prohibía las donaciones de alimentos que no estén alcanzados por el EFA, es decir, productos que en su composición nutricional sean más saludables para las personas. En este sentido, esta restricción se complementa con el art. 17, que establece que el Estado Nacional, ante igual conveniencia, debe priorizar las contrataciones de los alimentos y bebidas que no cuenten con sellos de advertencia.

Ambas son fundamentales para dar cumplimiento al derecho a la alimentación

adecuada, tal como es reconocido en el artículo N° 11 del Pacto Internacional de Derechos Económicos, Sociales y Culturales (PIDESC) e interpretado en la Observación General N°12, que exige al Estado Argentino disponer medidas para revertir los problemas de inseguridad alimentaria teniendo en cuenta criterios de salud y calidad nutricional. También cabe destacar el objetivo N° 2 de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), que trata sobre poner fin al hambre, asegurar el acceso de todas las personas a una alimentación sana y nutritiva y poner fin a las formas de malnutrición. También, cabe tener en cuenta que la Relatoría Especial de la ONU sobre el derecho a la alimentación ha señalado que la inocuidad alimentaria debería entenderse de forma amplia para incluir “el valor nutricional de los productos alimenticios”¹⁶.

Es urgente que el Estado adopte políticas para abordar el problema del hambre desde un enfoque de salud y calidad alimentaria.

La Relatoría Especial de la ONU sobre el derecho a la alimentación ha señalado que la inocuidad alimentaria debería entenderse de forma amplia para incluir “el valor nutricional de los productos alimenticios”¹⁶.

Frente a la cifra alarmante que revela que en Argentina las ECNT causan alrededor del 80% de las muertes¹⁷, se torna urgente e imprescindible que el Estado adopte políticas que

aborden de manera más integral la problemática alimentaria. Esto es, superar el paradigma basado en valores calóricos y limitados a “paliar el hambre” para pensar la alimentación como la base de la salud de la población.

En esta línea, no debe perderse de vista que la población de menores ingresos y de menor nivel educativo presenta una mayor prevalencia y exposición a los factores de riesgo para el desarrollo de ECNT^{18,19}, cuya dieta se compone en mayor parte de alimentos provistos por programas sociales, bancos de alimentos y donaciones. Y más aún, que dentro de estos grupos, las infancias son más propensas

a ingerir alimentos con poco o nulo valor nutricional y a padecer malnutrición²⁰.

La Relatoría Especial sobre el derecho a la salud ha identificado prácticas empresariales dirigidas a determinados grupos que han resultado en el aprovechamiento económico de sus desventajas sociales, así como en el acrecentamiento de las mismas. A su vez, ha reconocido la existencia de asimetrías de poder y desigualdades estructurales en los sistemas alimentarios, que tienen “un impacto desproporcionado en ciertas comunidades que están sometidas a una comercialización agresiva, que suelen carecer de acceso a opciones alimenticias nutritivas y asequibles y que se enfrentan a altos índices de inseguridad alimentaria”²¹. Asimismo, se ha referido a la figura de responsabilidad social empresarial (RSE) como una estrategia para promocionar productos no saludables, mejorar o reparar la reputación de las empresas que los producen y comercializan, y mejorar su relación con una comunidad. Práctica que ha sido reconocida a nivel global como social washing²². En este marco la REDESCA insta a los Estados a adoptar regulaciones que permitan prevenir y mitigar los impactos negativos de dichas actividades en los derechos humanos²³.

CONTRADICCIÓN CON NORMATIVAS RELATIVAS A ADOLESCENTES Y EL PRINCIPIO DE AUTONOMÍA PROGRESIVA

La industria de alimentos, conjuntamente con la industria del marketing, manifestaron que existía una incongruencia en el proyecto de ley en materia de restricciones a la publicidad al dar el mismo tratamiento a las infancias y a las adolescencias. Sostenían que el sistema jurídico argentino, y en especial el Código Civil y Comercial de la Nación (CCCN), concibe a las personas adolescentes como un grupo etario totalmente diferente al que se

le reconocen una gran cantidad de derechos de acuerdo a su autonomía progresiva, como contraer matrimonio, trabajar, votar, realizarse tratamientos médicos sin requerir autorización, entre otros. Bajo este marco, la restricción publicitaria referida a este grupo sería desproporcionada e irracional.

Contraargumento

Lo primero a considerar respecto a este argumento es que la ampliación progresiva de capacidades que se reconoce a las adolescencias en el sistema jurídico argentino tiene como fundamento favorecer su desarrollo, sin que ello implique debilitar o limitar su protección. Como establece el artículo 5 de la Convención sobre los Derechos del Niño (CDN), el principio de capacidad progresiva de NNyA supone el equilibrio entre el ejercicio de cierto grado de autodeterminación en la toma

El marketing ha descubierto a los niños y adolescentes como consumidores hace ya varios años.

de decisiones y el derecho a recibir protección adecuada por parte del poder público y los particulares. En este sentido, las nociones de autonomía y protección no resultan excluyentes, sino que se implican una a otra, pues la capacidad progresiva constituye la base de un apropiado respeto de la conducta independiente de NNyA, sin exponerlos prematuramente a plenas responsabilidades asociadas con la edad adulta, a fin de evitar que corran riesgos irrazonables²⁴, como es la exposición a publicidades que promueven la toma de decisiones y la adopción de hábitos perjudiciales para la salud.

El marketing ha descubierto a los NNyA como consumidores hace ya varios años. Las empresas advirtieron que podían aprovecharse de su vulnerabilidad, incredulidad e inexperiencia para generar conciencia de marca, preferencias y lealtad, logrando vender sus productos y fidelizando consumidores a través del tiempo. En el caso específico de la publicidad de alimentos, numerosos estudios demuestran que las estrategias de comercialización de la industria alimentaria han favorecido la preferencia de los NNyA por los alimentos no saludables, contribuyendo así al desarrollo de ECNT desde edades muy tempranas²⁵. Esto obedece a que la promoción de estos productos se encuentra diseñada específicamente para inducir a su compra y consumo²⁶, empleando técnicas persuasivas como el uso de personajes de ficción, deportistas influyentes, logos y diseños decorativos o llamativos. Por tanto, resulta difícil resistirse a ella ya que para lograrlo se debería sostener una vigilancia emocional y cognitiva constante²⁷.

En todos los casos en que se reconoce una ampliación de derechos a las personas adolescentes, se tiene en cuenta que no exista influencia indebida del entorno en sus decisiones y que la misma no sea perjudicial para su salud. El principio de capacidad progresiva reconocido a las adolescencias busca favorecer el desarrollo de los sujetos, garantizando más derechos y libertades, y no debilitando o limitando su protección. Por tal motivo, no existen razones para sostener que limitar la exposición de este grupo vulnerable a publicidades que influyen indebidamente sus decisiones de consumo (y que, además, causan daños en su salud) pueda ir en contra de los principios del ordenamiento jurídico argentino.

Siguiendo este orden de ideas, debe decirse que cuando se aborda a los NNyA en

el marco de una relación de consumo, se configura lo que jurídicamente se conoce como una hipervulnerabilidad. No solo estamos ante personas que, por ser sujetos en desarrollo, en muchos casos no tienen la madurez ni la experiencia suficiente para poder discernir libremente, sino que también esa vulnerabilidad se ve agravada al estar enmarcada en una relación que intrínsecamente es asimétrica y desigual, tal como lo es la relación consumeril. Esta situación requiere por parte del Estado argentino una acentuación del principio protectorio y esto es justamente una de las cosas que se lograría con la sanción de este proyecto de ley. Atendiendo a esta especial condición de vulnerabilidad es de recordar que la Corte IDH ha establecido que el interés superior de los NNA debe ser una consideración central de todas las decisiones que afectan su salud y desarrollo, aun cuando las acciones que inciden en sus derechos provengan de agentes no estatales²⁸.

AFECTACIÓN DE LIBERTADES INDIVIDUALES FUNDAMENTALES Y COMERCIALES

La industria alimentaria y del marketing también arguyeron que las medidas previstas en el proyecto de ley implicaban una excesiva intervención del Estado en el mercado y una inducción sobre las decisiones de consumo de las personas hacia determinados productos considerados “saludables” en desmedro de otros que estarían alcanzados por el EFA y no podrían ser publicitados libremente. En esta línea, sostenían que la protección del derecho a la salud no puede ser absoluta ni ir en detrimento de otras libertades fundamentales como son las de expresión, de empresa, industria lícita y decisión, que también se encuentran amparadas por el sistema jurídico argentino.

Contraargumento

Lo que se pone en discusión aquí tiene que ver con el diálogo y la ponderación de derechos, y la legitimidad de las limitaciones que pueden plantear las leyes.

La Corte Suprema de Justicia de la Nación se ha manifestado a favor de la preeminencia del derecho a la salud por sobre otras libertades comerciales en la causa “Nobleza Piccardo S.A.I.C. y F. c/ Santa Fe” (2015). En esa ocasión, la Corte rechazó el pedido de inconstitucionalidad realizado por la empresa British American Tobacco Argentina en contra de una ley de la provincia de Santa Fe que establecía la prohibición completa de publicidad de productos de tabaco. La decisión reconoció que las restricciones a la publicidad de tabaco no violan ningún derecho constitucional, sino que más bien satisfacen las obligaciones constitucionales de garantizar el derecho fundamental a la salud. También remarca la obligación impostergable del Estado Nacional de garantizarlo mediante acciones positivas. A su vez, la Corte reconoció que estas restricciones a la publicidad son adecuadas y proporcionadas en tanto que resultan conducentes para lograr la reducción del hábito de fumar y no constituyen una restricción excesiva para las libertades económicas de las empresas. De este fallo surge que no existe fundamento constitucional para otorgarle a la publicidad una protección tan robusta como a otras expresiones de ideas que forman parte de la necesaria participación y deliberación de toda sociedad democrática.

Por otra parte, en relación a la libertad de empresa y de ejercer industria lícita, debe destacarse que el artículo 14 de la Constitución Nacional declara que todos los habitantes poseen el derecho a trabajar y ejercer toda industria lícita, pero a continuación es-

tablece que el goce de estos derechos debe ser conforme a las leyes que reglamenten su ejercicio. En este sentido, la Corte Suprema de Justicia de la Nación ha establecido que “los derechos y garantías individuales consagrados por la Constitución no son absolutos y su ejercicio está sometido a las leyes que los reglamenten. Esas leyes, si son razonables, no pueden impugnarse exitosamente como inconstitucionales, dependiendo su razonabilidad de que se adecúen al fin perseguido por la reglamentación”²⁹.

En este marco, es importante recordar que el proyecto de ley no busca prohibir el libre desarrollo de industria, ni la publicidad de productos que presenten sellos de advertencia. Por el contrario, propone reglas y restricciones para garantizar información más precisa y transparente, evitar influencias indebidas y lograr un mayor equilibrio entre los intereses y derechos en juego. En este sentido, lo que torna razonable a las limitaciones planteadas, es uno de los más altos fines del ordenamiento jurídico argentino: la protección de la salud, de la vida y de los derechos de grupos en situación de vulnerabilidad como NNyA.

AFECCIÓN DE DERECHOS DE PROPIEDAD INTELLECTUAL

Tanto la industria de alimentos como la del marketing afirmaron que el proyecto de ley no distingue adecuadamente entre elementos publicitarios y componentes integrantes de la identidad de una marca, dando lugar así a supuestos de expropiación. Sostenían que, como consecuencia de la implementación de este tipo de políticas en muchos países, se iban a tener que eliminar marcas y diseños, o bien se iban a tener que implementar modificaciones que alterasen la imagen y la identidad comercial de manera sustancial.

Contraargumento

Como sucede con el régimen de libertades comerciales, el derecho a la marca y la propiedad intelectual no son derechos absolutos y deben ser analizados en relación al conjunto de normas que protegen los derechos de las personas consumidoras. En este sentido, debe tenerse presente que todos los elementos que figuran en el packaging de un producto, integrantes o no de la noción de marca, forman parte de las estrategias de marketing empleadas por la industria, y tienen por principal objetivo captar la atención y deseo de sus destinatarios.

Este fin claramente no es ilícito, como tampoco lo es la publicidad en sí misma. Sin embargo, desentrañar qué motiva la constitución de una marca y su identidad comercial permite vislumbrar los intereses protegidos por la normativa y alcanzar una mejor ponderación de derechos cuando estos entran en conflicto con otros como la salud pública y la alimentación adecuada.

En línea con lo expuesto, resulta pertinente destacar aquí el fallo sentenciado por el Segundo Juzgado Civil de Santiago de Chile en los autos caratulados “Evercrisp Snack Productos de Chile S.A. con Fisco de Chile”, que confirmó la aplicación de una multa por parte de la Secretaría Ministerial de Salud a la empresa por utilizar figuras animadas en envases de productos dirigidos a menores de edad. En la causa, la magistrada expresó que “aun con prescindencia de conocimientos específicos sobre marketing, es del todo lógico inferir que aquellos elementos vinculados con la apariencia externa de un producto —colores, tamaño, tipografías e ilustraciones, entre otros—, aun cuando se trate de signos distintivos incluidos dentro de la noción de marca, no resultan indiferentes para su oferente, quien, por el contrario, de manera minuciosa y estudiada, vela-

rá por que la presentación de sus mercancías logre atraer la atención del público objetivo al cual van dirigidas. A este fin, precisamente, es que apunta la inserción de ilustraciones diversas de la representación misma de los productos en los envases que los contienen”. Por último, el fallo concluye que “asentado que las ilustraciones presentes en los envases de los productos de la reclamante constituyen publicidad, cabe señalar que las mismas, dada su conformación en base a figuras caricaturizadas como animales de fantasía, con vestimentas y rasgos juveniles, todo ello en colores fuertes o llamativos, importa que, fundadamente, pueda estimárseles como destinadas a captar la atención y preferencia de un público primordialmente infantil y no a uno adulto, para el cual, como es difícil ignorar se emplean otras técnicas de propaganda (...) Justificar que las figuras animadas tenidas a la vista busquen impresionar a una audiencia significativamente distinta a la de menores de edad implica desconocer y contravenir hechos públicos y notorios que toda persona, en su sano juicio y con suficiente madurez, es por sí sola capaz de apreciar”³⁰.

Por otro lado, debe destacarse que se han esgrimido argumentos similares en relación a los productos de tabaco, y los tribunales han fallado sistemáticamente en contra de las empresas. Esto reafirma que el derecho de marcas y propiedad intelectual protege al propietario de la infracción de que otros utilicen su marca sin su autorización, pero no le da derecho a emplearla en cualquier contexto.

Sobre estos razonamientos es posible concluir que, cuando existe una justificación de salud pública y en especial cuando se encuentra comprometido el interés superior de NNyA, es razonable y necesario regular y restringir el margen de las estrategias de marketing, así como ciertos derechos comerciales •

ANEXO: BIBLIOGRAFÍA

1. OPS/OMS. El Mercosur Decide Implementar el Etiquetado Frontal en los Alimentos. [Internet] 2018 Disponible en: <https://argentina.campusvirtualsp.org/el-mercosur-decide-implementar-el-etiquetado-frontal-en-los-alimentos>.
2. Tulli, E. La tensión entre propiedad intelectual y derecho a la salud y a la información en el etiquetado frontal de alimentos. [Tesis] Ciudad Autónoma de Buenos Aires. Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales. 2018. Disponible en: <https://repositorio.flacsoandes.edu.ec/bitstream/10469/15540/2/TFLACSO-2019ET.pdf>
3. Consejo de Derechos Humanos. Informe de la Relatora Especial sobre el derecho de toda persona al disfrute del más alto nivel posible de salud física y mental - El racismo y el derecho a la salud Tlaleng Mofokeng, 22 de julio de 2022, párr. 46.
4. Urueña Hernandez, R; Tamayo-Álvarez, R. Construyendo la soberanía regulatoria: etiquetado nutricional, obstáculos técnicos al comercio y comunidades de práctica. En Derecho, comercio y etiquetado nutricional: reflexiones y experiencias desde América Latina/ Diana Guarnizo Peralta, René Urueña Hernandez y Juan Martín Carballo. Editores Académicos. Bogotá: Editorial Dejusticia, 2022.
5. Es importante tener en cuenta que la OMC no exige que un reglamento técnico conlleva la realización plena y absoluta del objetivo definido, sino que, de manera razonable, realice una contribución a la consecución del objetivo. Según esta norma, se presume que un reglamento es “necesario” si busca alcanzar un objetivo legítimo de política pública, y está conforme a normas internacionales pertinentes. En el caso del etiquetado frontal, las “normas pertinentes” pueden ser las recomendaciones nutricionales de la OMS.
6. Implica dar a conocer ante la OMC la intención y la manera en que un gobierno desea hacer frente a una cuestión de salud pública, así como sus fundamentos, para escuchar observaciones y sugerencias que faciliten la adopción del reglamento técnico.
7. A los fines de profundizar en este punto, véase Severini, G; Carballo, J.M; Abramo, M.L:El etiquetado frontal de alimentos en el Comité del Acuerdo de Obstáculos Técnicos al Comercio: perspectiva legal del etiquetado frontal y comercio internacional. En:En Derecho, comercio y etiquetado nutricional: reflexiones y experiencias desde América Latina/ Diana Guarnizo Peralta, René Urueña Hernandez y Juan Martín Carballo. Editores Académicos. - Bogotá: Editorial Dejusticia, 2022.
8. Consejo de Derechos Humanos. Informe de la Relatoría Especial sobre el derecho de toda persona al disfrute del más alto nivel posible de salud física y mental - El racismo y el derecho a la salud Tlaleng Mofokeng, 22 de julio de 2022, párr. 46.
9. Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo. Directrices para la protección del consumidor. Naciones Unidas; [Internet] 2016: 8. Disponible en: https://unctad.org/es/system/files/official-document/ditccplpmisc2016d1_es.pdf
10. Secretaría de Gobierno de Salud de la Nación. Manual de Recomendaciones sobre Etiquetado Frontal de Alimentos. 2018. Disponible en: https://bancos.salud.gob.ar/sites/default/files/2020-01/0000001380cnt-2019-06_etiquetado-nutricional-frontal-alimentos.pdf
11. Posteriormente se desarrolló en México la Encuesta Nacional de Salud y Nutrición (2021) que también arroja resultados positivos; y en 2023, a dos años de la sanción de la ley PAS en Argentina, se llevó a cabo un Estudio de opinión pública sobre la implementación de la ley 27.642 que confirma su recepción positiva por parte de la ciudadanía.
12. Ministerio de Salud de Chile. Informe sobre evaluaciones de la ley N° 20.606 sobre composición nutricional de los alimentos y su publicidad (2021) Disponible en: <https://www.minsal.cl/wp-content/uploads/2017/07/INFORME-EVALUACION-LEY-DE-ALIMENTOS-MINSAL-2021.pdf>
13. Andrews JC, Burton S, Netemeyer RG. Are some comparative nutrition claims misleading? The role of nutrition knowledge, ad claim type and disclosure conditions. *Journal of Advertising* 2000: 29-42.
14. Dixon H et al. Effects of nutrient claims, sports celebrity endorsements and premium offers on pre-adolescents children's food preferences: experimental research. *Pediatric Obesity*. 2013; 47-5.
15. Severini, G; Carballo, J.M; Abramo, M.L. El etiquetado frontal de alimentos en el Comité del Acuerdo de Obstáculos Técnicos al Comercio: perspectiva legal del etiquetado frontal y comercio internacional. En:En Derecho, comercio y etiquetado nutricional: reflexiones y experiencias desde América Latina/ Diana Guarnizo Peralta, René Urueña Hernandez y Juan Martín Carballo. Editores Académicos. - Bogotá: Editorial Dejusticia, 2022.
16. Ministerio de Salud de Chile. Informe sobre evaluaciones de la ley N° 20.606 sobre composición nutricional de los alimentos y su publicidad (2021) Disponible en: <https://www.minsal.cl/wp-content/uploads/2017/07/INFORME-EVALUACION-LEY-DE-ALIMENTOS-MINSAL-2021.pdf>
17. Ministerio de Salud de la Nación. Estrategia Nacional para la Prevención y Control de las Enfermedades Crónicas no Transmisibles. 2009. Disponible en: http://www.infoleg.gob.ar/basehome/actos_gobierno/actosdegobierno9-11-2009-1.htm
18. Ezzati M, Hoorn SV, Rodgers A, Lopez AD, Mathers CD, Murray CJ; Comparative Risk Assessment Collaborating Group. Estimates of global and regional potential health gains from reducing multiple major risk factors. *Lancet*. 2003 Jul 26;362(9380):271-80. Disponible en <https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/12892956/>
19. Monteiro, C. A., Moura, E. C., Conde, W. L., Popkin, B. . Socioeconomic status and obesity in adult populations of developing countries: a review. *Bull World Health Organ*.2004: 82(12): 940-946. Disponible en: <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC2623095/pdf/15654409.pdf>
20. (Ministerio de Salud de Chile, 2021)
21. Consejo de Derechos Humanos. Informe de la Relatoría Especial sobre el derecho de toda persona al disfrute del más alto nivel posible de salud física y mental - El racismo y el derecho a la salud Tlaleng Mofokeng, 22 de julio de 2022, párr. 46.
22. epRisk. Report “On the rise: navigating the wave of greenwashing and social washing [Internet] 2023. Disponible en: <https://www.reprisk.com/news-research/reports/on-the-rise-navigating-the-wave-of-greenwashing-and-social-washing#social-washing-on-the-rise-trends-and-insights>
23. (MSC, 2021)
24. Fama, M.V. El consentimiento informado de las personas menores de edad. 2017. Disponible en la página del Ministerio de Salud de la Nación:
25. Menéndez García R. A., Franco Díez F. J. Publicidad y alimentación: influencia de los anuncios gráficos en las pautas alimentarias de infancia y adolescencia. *Nutr. Hosp*. 2009 Jun 24: 318-325. Disponible en: http://scielo.isciii.es/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0212-16112009000300009&lng=es.
26. Mills, S. D., Tanner, L. M., & Adams, J. (2013). Systematic literature review of the effects of food and drink advertising on food and drink-related behaviour, attitudes and beliefs in adult populations. *Obesity reviews : an official journal of the International Association for the Study of Obesity*, 14(4), 303-314. <https://doi.org/10.1111/obr.12012>
27. Moreno, M.;Luque, E. (2014). Comer por los ojos: la publicidad alimentaria y sus riesgos. (Eating through the eyes: food advertising and its risks). *Panorama social*, (19), 49-62. Disponible en: <https://www.funcas.es/revista/comida-y-alimentacion-habitos-derechos-y-salud-septiembre-20>
28. Inter-American Commission on Human Rights. Las enfermedades no transmisibles y los derechos humanos en las Américas: aprobada por la Comisión Interamericana de Derechos Humanos el 28 de agosto de 2023 [Elaborado por la Relatoría Especial sobre Derechos Económicos, Sociales, Culturales y Ambientales de la Comisión Interamericana de Derechos Humanos]: 59. Disponible en: https://www.oas.org/es/cidh/informes/pdfs/2023/REDESCA_enfermedades_NoTransmisibles_DDHH_SPA.pdf
29. Corte Suprema de Justicia de la Nación Argentina. Autos: Machicote, Ramón Hugo c/Empresa Rojas S.A.C., Año 1992.
30. Segundo Juzgado Civil de Santiago de Chile. Autos Rol N° C-10.665- 2017, caratulados “Evercrisp Snack Productos de Chile S.A. con Fisco de Chile”. Disponible en: <https://www.diarioconstitucional.cl/wp-content/uploads/2023/08/EVERCRIPS-CON-FISCO-PRIMERA.pdfC-10665-2017.pdf>

Dime quién te paga y te diré cómo piensas: actividad política corporativa contra el Etiquetado Frontal de Advertencias, a través de organizaciones científicas y profesionales



INTRODUCCIÓN

Entre las causas de la alta prevalencia de enfermedades crónicas no transmisibles (ECNT) en Argentina y América Latina, se encuentra el alarmante incremento en el consumo de productos ultraprocesados y bebidas azucaradas¹. Con el fin de combatir estas tendencias, organizaciones de la sociedad civil, académicos y organizaciones internacionales han recomendado la adopción de un etiquetado frontal de advertencias nutricionales que señale de manera clara, veraz y legible cuándo un producto contiene en exceso algún nutriente crítico como azúcares, grasas o sodio². Se ha documentado en un amplio corpus de evidencia que el desarrollo e implementación de medidas regulatorias, como el etiquetado frontal de advertencias, debe afrontar como principal obstáculo la interferencia de la industria de productos ultraprocesados, que buscan cercenarlas, debilitarlas, demorarlas. Tal fue el caso con el proyecto de Ley “Promoción de la Alimentación Saludable” en Argentina, que sufrió una serie de intentos de interferencia.

Para abordar los mismos, se consideró adoptar el marco conceptual de “Activi-

dad Política Corporativa”³ (APC), desarrollado por la investigadora Melissa Mialon⁴. La APC se divide en acciones denominadas como estrategias instrumentales, y estrategias discursivas y se enmarcan en el concepto de “Determinantes Comerciales de la Salud” (DCS), que incluyen las estrategias y enfoques utilizados por el sector privado para promover productos y opciones rentables para las empresas pero perjudiciales para la salud y la nutrición de las personas que los consumen⁵.

La industria intenta moldear políticas gubernamentales, influir en la ciencia y la academia, y proteger su reputación ante la opinión pública. La interferencia generada, erosiona las responsabilidades estatales, favoreciendo intereses privados mediante diversos mecanismos en torno a lo legal, fiscal, judicial y teniendo una afectación directa sobre la garantía de los derechos humanos⁶.

El Fondo Mundial de Investigación en Cáncer⁷ (WCRF, por sus siglas en inglés) propone una forma de taxonomía de las estrategias discursivas a través de clasificar los efectos de la interferencia de la industria con el acrónimo de las 4 D (desviar, demorar, dividir, desestimar) en su traducción al español.

Se entiende como desestimar a la estrategia discursiva que insiste que no existe evidencia suficiente para tomar decisiones o intenta desacreditar o menospreciar la evidencia que demuestra la efectividad de la medida o señala la falta de consenso global sobre el etiquetado más efectivo. Asimismo, puede incluir la promoción de estudios con conflictos de interés, el financiamiento de investigaciones con resultados sesgados o la creación de dudas sobre la validez de la investigación existente.

La estrategia discursiva de *demorar* es aquella táctica donde los oponentes exigen que se amplíen los periodos de consulta o presionan para que se realicen y recopilen más investigaciones. También pueden incluirse amenazas con litigios y/o acciones comerciales, la instauración de argumentos que es demasiado difícil de aplicar administrativamente o la propuesta de sus propias medidas de etiquetado como alternativa.

Dividir, otra de las estrategias discursivas, implica crear divisiones dentro de la sociedad o entre los responsables políticos en relación con la implementación de políticas alimentarias. Algunos ejemplos pueden verse cuando la industria desarrolla y promueve etiquetados propios con criterios nutricionales menos estrictos, defienden etiquetados voluntarios frente a los obligatorios, refutan elementos como el diseño y los perfiles nutricionales y/o presionan a los políticos a puertas cerradas para detener la normativa.

Por último, la estrategia discursiva de *desviar* es aquella que puede incluir la promoción de información sesgada o la creación de controversias para desviar la atención de las medidas propuestas. Las industrias oponentes buscan desviar el foco hacia otros temas para evitar la discusión de la regulación y a veces crean argumentos en su beneficio, por ejemplo, afirmando que los sellos de advertencia asustan y confunden a los consumidores, o que el perfil nutricional es demasiado estricto. Asimismo, aluden a pérdidas e impactos en la economía por las restricciones al comercio, identifican la inactividad física o la responsabilidad individual como tema central o instan a que los gobiernos no deberían interferir en las decisiones alimentarias de los consumidores.

METODOLOGÍA

Se realizó un relevamiento de información disponible públicamente en eventos abiertos, presenciales o virtuales, en medios de comunicación, audiencias informativas de las cámaras legislativas, redes sociales y páginas web. El relevamiento se realizó durante los años 2020 y 2021, siguiendo el proceso del proyecto de ley en el Congreso de la Nación Argentina.

Del universo de organizaciones de la sociedad civil (OSC), se seleccionaron las organizaciones científicas y profesionales que participaron en las audiencias públicas realizadas en las comisiones del poder legislativo durante la discusión del proyecto de ley.

En primer lugar, se realizó un trabajo de búsqueda de antecedentes de vínculos financieros entre esas organizaciones de la sociedad civil y la industria alimentaria para documentar la posible existencia de conflictos de interés y la potencial vocería de los intereses de la industria en la discusión pública sobre el etiquetado frontal.

En segundo lugar, se relevaron las actividades desplegadas por las organizaciones y se construyó una matriz para volcar el detalle de las mismas y categorizarlas de acuerdo a la estrategia de APC implementada. Se realizó un análisis del contenido de las narrativas relevadas y se clasificaron sus efectos tomando en cuenta el marco conceptual propuesto por el WCRF⁸ para categorizar las intenciones de la interferencia en el proyecto de ley en discusión.

La información se procesó obteniendo frecuencias estadísticas simples para describir la magnitud de cada tipo de actividad. Posteriormente, se describió el efecto de la estrategia discursiva utilizada de manera cualitativa

y se evidenció el foco hacia donde apuntaban las estrategias.

RESULTADOS

Las tres organizaciones científicas y profesionales relevadas fueron: la **Sociedad Argentina de Nutrición (SAN)** fundada en 1941, que se define como “una asociación civil sin fines de lucro, que congrega a profesionales del área de la nutrición, con el objeto de mantener, promover, y difundir el conocimiento científico de temas relacionados con la especialidad”⁹; el **Centro de Estudios sobre Políticas y Economía de la Alimentación (CEPEA)**, que funciona desde 2009 y se define en su página web como “un equipo de profesionales de nutrición con una fuerte vocación por estudiar los problemas y luego promover el diseño o transformación de las políticas que inciden sobre nuestro sistema alimentario, en una dimensión saludable y sustentable”¹⁰. Por último, la **Asociación Argentina de Tecnólogos Alimentarios (AATA)**, “una entidad sin fines de lucro fundada en 1969, que reúne a profesionales, estudiantes, instituciones y empresas involucradas con la ciencia y la tecnología de alimentos que aúnan voluntades para el logro de productos de alta calidad nutricional, higiénico-sanitaria y sensorial.”¹¹

En las tres organizaciones y en diferentes años, se detectaron vínculos con diversas industrias alimentarias que financiaron eventos, documentos científicos, otorgamiento de sellos de aval, entre otros. El resumen de estos antecedentes se detalla en la **Tabla 1**.

Tabla 1.

ANTECEDENTES DE VÍNCULOS ENTRE OSC, PROFESIONALES Y ACADÉMICAS QUE FUNCIONARON COMO VOCEROS DE LA INDUSTRIA ALIMENTARIA¹².

OSC	AÑO	VÍNCULOS CON LA INDUSTRIA ALIMENTARIA	POSICIONAMIENTO ANTE EL ETIQUETADO FRONTAL(*)
Sociedad Argentina de Nutrición (SAN)	2014	<p>Molinos - Simposio “La pasta es salud” en Congreso SAN.</p> <p>Coca-Cola - Stand en Simposio XII Jornadas Argentinas de Nutrición</p>	En contra del modelo de GDA (Guideline Daily Amount) y del Modelo de Perfil de Nutrientes de OPS. No propuso ningún modelo de etiquetado en particular. Declara tener conflictos de interés con la industria alimentaria.
	2016	<p>Molinos - XX Congreso de Nutrición Espacio Molinos “Índice Glucémico y Trigo Candeal”</p> <p>Molinos - Simposio sobre carbohidratos y salud en las XIII Jornadas de Nutrición de la SAN.</p> <p>Coca-Cola Stand en las XIII Jornadas de Nutrición</p> <p>Coca-Cola - Simposio “Mitos y Verdades sobre los edulcorantes no calóricos” organizado junto a AATA y financiado por la compañía</p>	
	2018	ARCOR - Sellos de aval en productos de la compañía. y convenios por el lema “Tu Porción Justa”. Sello realizado en consecuencia al avance del etiquetado frontal en la región.	
	2020	DANONE - Artículo de revisión sobre “la importancia de la leche y sus potenciales efectos en la salud humana”	

>>

OSC	AÑO	VÍNCULOS CON LA INDUSTRIA ALIMENTARIA	POSICIONAMIENTO ANTE EL ETIQUETADO FRONTAL(*)
Centro de Estudios sobre Políticas y Economía de la Alimentación (CEPEA)	2014	<p>Nestlé - DANONE - Molinos Ríos de La Plata - Financiamiento para las Guía de autoevaluación de buenas prácticas nutricionales financiada por las compañías. Documento revisado por la Sociedad Argentina de Nutrición (SAN) y la Sociedad Argentina de Pediatría (SAP), el Centro de Estudios sobre Nutrición Infantil (CESNI), la Asociación Argentina de Dietistas y Nutricionistas-Dietistas (AADyND), la oficina local del Banco Mundial.</p> <p>Knorr (socio principal) y Fundación DANONE (socio auspiciante) - Financiadores del Documento de Políticas Públicas "Comer en la escuela: nueve acciones para mejorar la gestión de los comedores escolares" .</p>	A favor del modelo Nutri Score y propone el mismo modelo. Declara tener conflictos de interés con la industria alimentaria.
	2016	<p>Cook Master, DANONE, Tetrapak y Teylem - Documento de trabajo "Lineamientos para una Política Federal de Alimentación Escolar"</p>	
	2017	<p>Fundación DANONE - Programa "Los "Nutrihéroes". El programa contó con el apoyo del Ministerio de Desarrollo Social de la Nación y de la Provincia de Buenos Aires, de la organización CEPEA y de los municipios donde se realizó Nutrihéroes.</p> <p>DANONE - Financiamiento del estudio "Análisis De Brechas En La Calidad De Dieta De La Población Argentina De 1 A 69 Años. Estudio Abcdieta".</p>	

>>

OSC	AÑO	VÍNCULOS CON LA INDUSTRIA ALIMENTARIA	POSICIONAMIENTO ANTE EL ETIQUETADO FRONTAL(*)
Asociación Argentina de Tecnólogos Alimentarios (AATA)	2018	DANONE - Iniciativa YINI (Yogurt In Nutrition). CEPEA formó parte del Board de la Iniciativa YINI en Argentina junto a otros destacados profesionales e instituciones.	No envió ninguna propuesta ni se posicionó frente a ningún modelo de etiquetado ni perfil de nutrientes. Declara tener conflictos de interés con la industria alimentaria.
	2020	Fundación DANONE - Programa de Educación y Manual hábitos saludables. Participan CEPEA, y AC. Supersaludable.	
	2016	<p>Coca Cola - Apoyo del simposio de edulcorantes</p> <p>Coca-Cola - Programa de la jornada de edulcorantes SAN - AATA</p>	
	2018	Coca-Cola - I Consenso Iberoamericano sobre edulcorantes bajos en o sin calorías Referencia al consenso	
	2020 /21	Socios empresarios e institucionales declaradas en su página web: Saporiti - ARCOR - IPCVA (Instituto de Promoción de la Carne Vacuna Argentina) - CAM (Cámara Argentina del Maní)	



FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA (2024) (*) SE TOMA DE REFERENCIA LA DECLARACIÓN DE POSICIONAMIENTO ANTE EL ETIQUETADO FRONTAL Y SUS CONFLICTOS DE INTERÉS SEGÚN DOCUMENTO TÉCNICO ELABORADO POR MINISTERIO DE SALUD DE LA NACIÓN ARGENTINA "ETIQUETADO FRONTAL DE ALIMENTOS MINISTERIO DE SALUD DE LA NACIÓN (2018). DISPONIBLE AQUÍ

Tabla 2.

ACCIÓN, EFECTO Y FOCO DE LAS ESTRATEGIAS DISCURSIVAS DE LA APC**

En la siguiente tabla se desarrolla la evidencia recogida. Ver el recuadro con QR para acceder a la información completa de todos los casos.

Organización vocera SAN

Fecha 09-2020

Acción Nota periodística

¿Dónde? InfoBAE

¿Qué dijeron?

El etiquetado que quieren adoptar no ha mostrado en el mundo un impacto sanitario: “El problema de este etiquetado frontal es que los estudios que se llevaron a cabo para determinar esto más que nada tienen que ver con estudiar la comprensión del usuario, pero lo que no investigaron son los pasos intermedios al cambio de conducta, es decir, si esto va a servir a que de verdad cambie comportamientos saludables en la Argentina. En Chile, que tienen el mismo etiquetado frontal negro, hubo un impacto en cantidad de ventas pero eso no indica nada, ya que a veces la persona no compra eso y compra otras cosas que tampoco son saludables”.

“Otro tema que también preocupa es que este etiquetado frontal solo abarca al producto terminado

y no a los ingredientes. Por otro lado, la evidencia de otros países con este tipo de etiqueta demostró que a la gente le dejan de impactar los productos de góndola con la etiqueta negra, ya que todos la tienen”

“Obviamente que hay que adoptar un etiquetado frontal porque es necesario, pero me da la impresión de que no es lo mejor, que tiene poco impacto sanitario porque deja la mitad de lo que consumimos fuera de este etiquetado. Por otro lado, tampoco veo que esto lleve a que las industrias reformulen sus productos como sucede quizás en Inglaterra con el sistema de semáforo. Si todo es negro, ¿por qué sentirían la necesidad de reformular el producto?”, concluyó la presidente de la SAN

Efecto

Desestimar (poner en duda evidencia) Dividir (impulsan otras medidas, ej., NutriScore).

Respaldo documental

NOTA DE OPINIÓN en INFOBAE | “Etiquetado frontal negro: qué significa y qué implica para la alimentación de los argentinos”. Desde el Ministerio de Salud de la Nación explicaron que irán por un sistema gráfico de advertencias sobre sodio, azúcares y grasas saturadas, además de la mención o declaración de edulcorantes.



FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA (2024)(**) LA PRIMERA CATEGORÍA, “OSC VOCERA”, SE COMPLETA CON LA INFORMACIÓN SOBRE LA PERTENENCIA Y REPRESENTACIÓN DECLARADA POR EL INTERLOCUTOR DURANTE LA ACCIÓN. CUANDO LA MISMA PERSONA, EN SIMULTÁNEO, SE DESEMPEÑA EN UN CARGO DE OTRA OSC, SE REGISTRÓ BAJO LA CATEGORÍA “OTRA OSC REPRESENTADA POR LA PERSONA VOCERA”. ESTA DECISIÓN SE TOMÓ PARA EVITAR LA SUBREPRESENTACIÓN DE OSC QUE PODRÍAN ACCIONAR EN COALICIÓN.

Para que exista un conflicto de interés, de un lado deben estar las OSC que contraen el compromiso y del otro, incluso más poderoso, los actores de la industria alimentaria que proponen la alianza y proveen financiamiento con un fin específico. Estos vínculos financieros consignados en la tabla, relevados a partir de información pública, ilustran la posibilidad de existencia de conflictos de interés de las mencionadas OSC con la industria alimentaria, visto que les proveen sostenimiento económico para el desarrollo de sus actividades e impulso académico.

Retomando la clasificación de las estrategias de APC, el 100 % de las acciones relevadas (un total de 22) fueron estrategias discursivas. Entre ellas, el medio más reportado fueron las notas periodísticas, con el 45,4 %. Un 22,7 % lo hizo a través de documentos técnicos, un 13,6 % mediante simposios científicos, un 13,6 % en audiencias informativas y el 4,5 % restante a través de

las redes sociales, buscando tener efecto en la opinión pública y tomadores de decisión (Tabla 2).

En las veintidós estrategias discursivas relevadas, se documentaron y analizaron veintinueve extractos de narrativas¹³. En ellos, si bien se identificaron todos los efectos del marco conceptual del WCRF, los más utilizados fueron el de desestimar (68,9 %) y el de dividir (17,2 %).

Los argumentos utilizados en las estrategias discursivas cuestionaron el proyecto de ley, enfocándose en el modelo gráfico y en el perfil de nutrientes, dos elementos vertebrales del etiquetado frontal¹⁴. Durante el año 2020, las narrativas se desplegaron mayormente en torno al sistema gráfico y, al año siguiente, cuando el proyecto ya contaba con media sanción del Senado, las narrativas se enfocaron principalmente en el perfil de nutrientes.

Respecto al sistema gráfico, la desestimación se centró en postular un supuesto impacto emocional en el consumidor al ver las góndolas del supermercado “uniformizadas” con sellos negros (“el 84 % de los alimentos tendrá un sello”), aduciendo que en breve llevaría a una negación perceptiva de la advertencia y a la consiguiente pérdida de su función.

También se cuestionó el principio mismo de advertencia sanitaria (que indica el contenido excesivo de nutrientes críticos), que no permitiría resaltar otros aspectos positivos de los alimentos. En esta línea, se eligieron palabras con una fuerte connotación negativa para describir el efecto de los octógonos sobre los productos, que resultarían “castigados”, “discriminados”, o “demonizados”.

Si bien se mencionó la evidencia científica generada en Chile, se minimizó su relevancia. Esta mención es tendenciosa y parcial, dado que los trabajos publicados ya en

2020 daban cuenta de la significativa reducción de compra de bebidas azucaradas¹⁵.

En cuanto al efecto de “dividir”, se planteó que habría “mejores” sistemas de etiquetado frontal: el círculo con los colores del semáforo de Reino Unido o el Nutri-Score de Francia, sin aportar el tipo de evidencia científica que reclaman para el etiquetado de advertencia.

En cuanto a “desviar”, las narrativas desplegadas apuntaban a cuestionar el impacto sanitario de la medida de etiquetado frontal en sí misma, por el hecho de aplicarse a los productos envasados fuera de la vista del consumidor, sin alcanzar a los productos no envasados, atribuyendo a estos últimos mayor impacto en la inadecuación nutricional de los consumos alimentarios de la población. Cabe mencionar que el etiquetado frontal tiene como requisito previo que el producto cuente con la tabla de información nutricional (implementada en nuestro país desde el año 2003 como norma armonizada en los países integrantes del Mercosur). Sin embargo, en los casi veinte años transcurridos, estas OSC nunca propusieron modalidades para implementar la tabla de información nutricional en productos procesados no envasados (por ejemplo, en panificados, productos de pastelería, comidas rápidas, etc.).

Respecto al perfil de nutrientes, se cuestionó la adopción del Modelo de Perfil de Nutrientes de la OPS (MPN-OPS)¹⁶, desestimándolo por utilizar umbrales móviles (un porcentaje del valor calórico) para establecer los excesos de nutrientes críticos. Postulaban que tal criterio generaría confusión en los consumidores, ya que los productos de bajo contenido calórico llevarían octógonos aún teniendo pocos gramos de nutrientes críticos. Planteaban que deberían usarse umbrales fijos y uniformes para todos los productos. Sin embargo, este reclamo a su vez era inconsistente con otro

planteo, que proponía la necesidad de segmentar los umbrales para considerar exceso de acuerdo a la categoría de productos (diferenciando, por ejemplo, un umbral de azúcares agregados para aplicar en lácteos y otro para “productos opcionales”).

Se cuestionó que la aplicación del MPN-OPS alcanzaría a una alta proporción de alimentos recomendados por las Guías Alimentarias para la Población Argentina (GAPA)¹⁷, postulando una incongruencia con los mensajes de las mismas, desestimando la evidencia científica local que identificó al MPN-OPS como aquel con mayor concordancia con las GAPA¹⁸.

Asimismo, se cuestionó la leyenda precautoria Contiene edulcorantes. No recomendable en niños, caracterizándola como una leyenda que “desinforma”, y sosteniendo que los productos con edulcorantes no calóricos son opciones seguras y reguladas por el Código Alimentario Argentino (CAA). Estos aspectos en realidad no son incompatibles (de hecho, todas las advertencias sanitarias en los productos envasados –como por ejemplo la declaración de alérgenos– advierten al consumidor de características de la composición del producto, justamente porque están regulados por el CAA).

Se postuló además que el criterio de proporcionalidad calórica para establecer los excesos desincentivaría la reformulación, ignorando la reciente experiencia de México (país de la región con EFA basado en el MPN-OPS), donde un porcentaje significativo de productos modificó su composición antes de la entrada en vigencia de la norma para llevar menos sellos¹⁹.

Más aún, se criticó de manera encendida al etiquetado mexicano por estar basado en el MPN-OPS, y se apeló a una publicación de nula validez científica, un estudio de marketing de una consultora en la Revista Forbes²⁰, en el

que se sostenía que el etiquetado estaba teniendo un nulo impacto en los hábitos de compra de la población mexicana.

A la vez, se cuestionó que el MPN-OPS fundamentara la definición de exceso en los productos en las Directrices de la Organización Mundial de la Salud que establecen metas de ingesta de nutrientes críticos en la población (sodio, grasas, azúcares añadidos), utilizando nuevamente palabras con una fuerte connotación negativa para caracterizar al MPN-OPS: “técnicamente falaz” y “etiquetado FALSO con información FALSA en el frente del envase”.

Sumándose a estos efectos de desestimación, otras narrativas relevadas buscaron dividir al postular como mejores opciones los umbrales definidos en Chile o Perú. Por último, se buscó demorar, apelando a la necesidad de esperar en tratamiento del etiquetado frontal en las reuniones de Mercosur, ya que durante el año 2021 Argentina desempeñaba la presidencia pro-témpore y el poder ejecutivo de Argentina había presentado una propuesta basada en los criterios de Chile.

REFLEXIONES FINALES

Los argumentos esgrimidos por las OSC para cuestionar las columnas vertebrales de la política de etiquetado frontal, a saber, el sistema gráfico y el perfil de nutrientes, resultaron ser prácticamente idénticos a los argumentos documentados por Ares et al.²¹ al analizar los comentarios realizados por la industria en la consulta pública implementada en el año 2017, durante el diseño del decreto de rotulación nutricional frontal de Uruguay. En el país vecino, el material analizado provino directamente de cámaras empresariales e industrias. La llamativa similitud con los argumentos utilizados por las OSC científicas y profesionales de Argenti-



na reafirma el rol de vocería y representación de los intereses de la industria alimentaria que éstas desempeñaron durante el proceso de discusión parlamentaria en nuestro país.

Diferentes estudios en otros países han establecido que la interferencia de la industria, mediante estrategias como desviar la atención, demorar la implementación, dividir la opinión pública y desestimar las políticas de salud pública y la evidencia científica libre de conflictos de interés, socava los esfuerzos para promover regulaciones que buscan prevenir las ECNT²². Este fenómeno destaca la necesidad urgente de reflexionar sobre la importancia de la transparencia y la declaración de conflictos de interés en los procesos políticos para el impulso y/o modificación de políticas sanitarias.

No obstante, si bien la transparencia es una condición necesaria, no resulta suficiente para evitar la interferencia de la industria. Es imperativo abogar por la implementación y fortalecimiento de medidas que salvaguarden la integridad de la formulación de políticas de salud pública²³. Estas medidas deben abordar directamente los conflictos de interés, asegurando que aquellos que participan en los procesos de discusión y elaboración de regulaciones no estén influenciados ni representen veladamente los intereses corporativos •

ANEXO: BIBLIOGRAFÍA

1. Organización Panamericana de la Salud. OPS: Alimentos y bebidas ultraprocesados en América Latina: tendencias, efecto sobre la obesidad e implicaciones para las políticas públicas. Washington, DC, 2015.
2. Organización Panamericana de la Salud. OPS: El etiquetado frontal de advertencias nutricionales es una medida efectiva para mejorar la información sobre el contenido nutricional de los alimentos y bebidas. Se recomienda su adopción como estrategia para combatir el aumento de las enfermedades no transmisibles en la región de las Américas. 2019.
3. Pérez E, Cediel G, Gaitán D, Mialon M. Actividad política corporativa de la industria alimentaria. 2021.
4. Mialon M, Swinburn B, Sacks G. A proposed approach to systematically identify and monitor the corporate political activity of the food industry with respect to public health using publicly available information. *Obesity Reviews*. 16. 10.1111/obr.12289, 2015.
5. Allen L. Commercial Determinants of Global Health. 2020. Disponible en: <https://link.springer.com/referencework/10.1007/978-3-030-05325-3> (Consultado 31/01/24)
6. Global Health Advocacy Incubator. Informe n°1 sobre interferencias de la industria en políticas alimentarias. Disponible en: <https://dfweawn6ylvgz.cloudfront.net/uploads/2021/07/Policy-Brief-Industry-Interference-es.pdf> (Consultado 31/01/24)
7. World Cancer Research Fund International (2019). Building momentum: lessons on implementing a robust front-of-pack food label. Disponible en: <https://www.wcrf.org/policy/our-publications/building-momentum-series/> (Consultado 31/01/24)
8. Organización Panamericana de la Salud. OPS: El etiquetado frontal como instrumento de política para prevenir enfermedades no transmisibles en la Región de las Américas. Washington, D.C., 2020. Disponible en: https://iris.paho.org/bitstream/handle/10665.2/53013/OPSNMHRF200033_spa.pdf?sequence=5&isAllowed=y (Consultado 31/01/24).
9. Sociedad Argentina de Nutrición, Acerca de la SAN. Disponible aquí
10. Centro de Estudios sobre Política y Economía de la Alimentación. “¿Qué es CEPEA?” Disponible aquí
11. Asociación Argentina de Tecnólogos Alimentarios. “¿Qué es la AATA?” Disponible aquí.
12. Los antecedentes recabados con mayor evidencia de imágenes y links de referencias pueden consultarse en línea en el material suplementario aquí.
13. La transcripción textual y detallada puede consultarse en línea en el material suplementario. APC reporte industria- Ejemplos - APC 2020-2021.pdf
14. Organización Panamericana de la Salud. OPS: El etiquetado frontal como instrumento de política para prevenir enfermedades no transmisibles en la Región de las Américas. Washington, D.C., 2020. Disponible en: https://iris.paho.org/bitstream/handle/10665.2/53013/OPSNMHRF200033_spa.pdf?sequence=5&isAllowed=y (Consultado 31/01/24).
15. Taillie LS, Reyes M, Colchero MA, Popkin B, Corvalán C. An evaluation of Chile's Law of Food Labeling and Advertising on sugar-sweetened beverage purchases from 2015 to 2017: A before-and-after study. *PLoS Med*. 2020. (Consultado 31/01/24). Disponible en: <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC7012389/> (Consultado 31/01/24).
16. Organización Panamericana de la Salud. OPS: Modelo de perfil de nutrientes de la Organización Panamericana de la Salud. Washington, DC, 2016. Disponible en: https://iris.paho.org/bitstream/handle/10665.2/18622/9789275318737_spa.pdf?sequence=9&isAllowed=y (Consultado 31/01/24).
17. Dirección Nacional de Abordaje Integral de las Enfermedades No Transmisibles. Análisis del nivel de concordancia de Sistemas de perfil de nutrientes con las Guías Alimentarias para la Población Argentina. 2020. Disponible en: <https://bancos.salud.gob.ar/sites/default/files/2022-02/investigacion-sistema-de-perfil-de-nutrientes.pdf> (Consultado 31/01/24).
18. Tiscornia MV et al. Evaluación de los sistemas de perfiles nutricionales para la definición de una política de etiquetado frontal en Argentina. *Rev Argent Salud Pública*. 2020. Disponible en: <https://rasp.msal.gov.ar/index.php/rasp/article/view/117/76> (Consultado 31/01/24).
19. El Poder del Consumidor. El etiquetado de advertencia continúa fortaleciéndose, protegiendo a los niños y proporcionando mayor información a los consumidores. Disponible en: <https://elpoderdelconsumidor.org/2021/03/el-etiquetado-de-advertencia-continua-fortaleciendose-protendiendo-a-los-ninos-y-proporcionando-mayor-informacion-a-los-consumidores/> (Consultado 31/01/24).
20. <https://www.forbes.com.mx/negocios-nuevo-etiquetado-no-cambio-habitos-de-consumo/>
21. Ares G, Bove I, Díaz R, Moratorio X, Benia W, Gomes F. Argumentos de la industria alimentaria en contra del etiquetado frontal de advertencias nutricionales en Uruguay. *Rev Panam Salud Publica*. 2020. Disponible en: <https://iris.paho.org/bitstream/handle/10665.2/51931/v44e202020.pdf?sequence=1&isAllowed=y> (Consultado 31/01/24).
22. World Cancer Research Fund International, 2019.
23. Organización Panamericana de la Salud, OPS. Prevención y manejo de los conflictos de intereses en los programas de nutrición nacionales. Hoja de ruta para aplicar el proyecto de enfoque de la Organización Mundial de la Salud en la Región de las Américas. Washington, DC, 2022. Disponible en: https://iris.paho.org/bitstream/handle/10665.2/55944/OPSNMHRF210014_spa.pdf (Consultado 31/01/24).

Organizaciones profesionales y científicas y conflictos de interés



INTRODUCCIÓN

La industria de productos alimenticios, bebidas y farmacéutica ha tenido un papel creciente en la financiación de las asociaciones profesionales especialmente relacionadas a la salud. Paulatinamente, muchas de sus actividades científicas y de formación continua empezaron a ser financiadas por la industria, a veces de modo exclusivo. Congresos y material para congresos, viajes a eventos científicos, becas de formación, páginas web, talleres, actividades de las juntas directivas, revistas de la sociedad, entre muchas otras, son parte de esta financiación.

Muchas entidades afirman que no se podrían hacer congresos sin la colaboración económica de la industria, y que incluso muchas organizaciones científicas y de profesionales no podrían existir sin sus aportes¹. En la actualidad, algunas organizaciones son muy dependientes de los apoyos de la industria, lo que claramente amenaza su autonomía.

Sin embargo, esta financiación no es gratuita. En ocasiones, la agenda de estas organizaciones acaba siendo la agenda de la industria.

En el ámbito de la salud, nutrición y alimentación, la industria tiene un gran desarrollo y poder económico, y se ha naturalizado su

En la actualidad, algunas organizaciones son muy dependientes de los apoyos de la industria, lo que claramente amenaza su autonomía.

presencia en congresos, estudios de investigación, aportes para talleres, entre otros. Esta situación genera que las organizaciones científicas y de profesionales de la salud y la nutrición terminen promocionando productos de la industria.

El alcance del conflicto de interés es muy difícil de medir y hay muy pocos estudios que lo hayan analizado o discutido, aunque la literatura al respecto está aumentando, lo que refleja una creciente preocupación por este tema.

Las comisiones directivas de las entidades tienen poder para tomar decisiones sobre el destino de la asociación, firmar convenios, establecer estrategias, fijar los presupuestos, encargar trabajos, decidir los congresos y agendas de esos congresos futuros, entre otras funciones. Además, a las juntas directivas les llega en muchas ocasiones una gran cantidad de información, solicitudes para asesorar a administraciones públicas (formulación de leyes, formación de especialistas, constitución de grupos de trabajo para documentos técnicos), de particulares y de asociaciones de pacientes (efectividad de determinados tratamientos, solicitudes de colaboración) así como también del sector privado (solicitud de expertos en determinadas tecnologías sanitarias o patologías, solicitud de ponentes para conferencias, solicitudes para poner en sus productos la etiqueta “recomendado por determinada sociedad”)².

Esta situación ha sido documentada y considerada recientemente por algunas investigaciones como una clara interferencia de la industria^{3,4}.

FAGRAN Y LA DECLARACIÓN DE CONFLICTOS DE INTERÉS

La Federación Argentina de Graduados en Nutrición (FAGRAN) es una entidad

civil de segundo grado de organización, que nuclea a 24 Colegios y Asociaciones de Nutricionistas de la República Argentina, siendo estatutariamente su zona de actuación todo el territorio del país. Tiene un recorrido institucional de 50 años, y se ocupa de la organización del Congreso Argentino de Graduados en Nutrición, que se delega a las entidades miembro.

Desde el año 2017, el Secretariado Ejecutivo de FAGRAN se ha replanteado la importancia de construir un proceso de sensibilización para poder declararse sin conflictos de interés con empresas de productos alimenticios y bebidas, como así también con la industria farmacéutica.

En el año 2018, en la Asamblea federal de FAGRAN se planteó este debate. Se realizaron talleres de discusión, donde se abordaron temas como la toma de decisiones de las organizaciones en temas relacionados a políticas públicas, la presencia de empresas en capacitaciones, jornadas, congresos, el financiamiento de estudios de investigación, las páginas web y los obsequios, entre otros. Además, se pusieron en debate las tensiones del colectivo, como por ejemplo la realidad económica de las organizaciones más pequeñas, o el lugar de las y los profesionales que trabajan en el sector de la industria alimentaria.

En octubre de 2021, FAGRAN se declaró totalmente libre de conflictos de interés con la industria alimentaria y farmacéutica.

Posteriormente, en la asamblea de octubre de 2019, se realizó la declaración de ausencia de conflictos de interés de la FAGRAN y, finalmente, en octubre de 2021, FAGRAN realizó su congreso (el evento científico más importante de la entidad) declarándose ya totalmente libre de conflictos de interés con la industria alimentaria y farmacéutica.

En paralelo y desde algunos años antes, también se profundiza la discusión acerca de la necesidad de contar con una ley sobre etiquetado frontal de advertencia de los productos envasados y bebidas, con información clara para las y los consumidores, basado en un perfil de nutrientes con respaldo científico, acorde a las recomendaciones internacionales de nutrición y alimentación y en concordancia con los mensajes de las Guías Alimentarias para la población Argentina (GAPA). La intención de desalentar el consumo de alimentos ultraprocesados, en este caso a través de una política pública, puso a las empresas fabricantes de estos productos en alerta. A su vez, muchas/as profesionales nutricionistas y médicos con gran presencia mediática salieron a contrargumentar los beneficios de la ley.

FAGRAN se ocupó de la asesoría técnica a distintos legisladores para la mejora de la alimentación en los comedores escolares específicamente, en términos de reducir la ingesta de productos ultraprocesados y mejorar la ingesta de alimentos frescos. Esta federación ya contaba con una posición que se venía trabajando en relación al etiquetado frontal de advertencias, construido en base a reuniones internacionales (Comité de Nu-

tricionistas del Mercosur; CONUMER⁵; Asociación Iberoamericana de Nutricionistas; AIBAN)⁶ y de un trabajo con sus entidades miembro a nivel nacional.

El prolongado debate sobre la Ley de Promoción de la Alimentación Saludable (PAS) en Argentina fue llevando a la unificación de varios anteproyectos que se venían discutiendo en la Legislatura. Esto dio como resultado un proyecto integral, que no solo protege el derecho a la información acertada y fácil de interpretar para las y los consumi-

dores, sino que además incluye el apartado de protección de la alimentación saludable en los entornos escolares y la regulación de la publicidad, promoción y patrocinio de productos con exceso de nutrientes críticos, ejes que despiertan la reacción

de las industrias alimentarias, que suponen que complicaría las estrategias habituales de mercadotecnia. En consecuencia, las interferencias en este ámbito no tardan en aparecer.

En el marco de la aprobación de la Ley de PAS en Argentina, se realizaron conversatorios en todo el país, poniendo en debate aspectos relacionados a la norma, como el perfil de nutrientes utilizado como punto de corte para la aplicación de los sellos de advertencia. Parte de estos debates también se circunscribieron a identificar las distintas tensiones que pudieran existir entre quienes ofrecían asesoría a legisladores, para garantizar que la información científica proviniera de fuentes libres de conflictos de interés.

En el año 2022, se conformó en FAGRAN una comisión para la modificación del

reglamento de Congresos y se elaboró un nuevo reglamento de funciones del secretariado ejecutivo de FAGRAN y sus comisiones de trabajo, aprobado en el año 2023⁷, que sentó las bases acerca de cómo funcionar en relación a la declaración de conflictos de interés.

FAGRAN cuenta con antecedentes en el acompañamiento de iniciativas para alcanzar medidas que apuntan a detener la tendencia creciente de enfermedades crónicas no transmisibles (ECNT), como establece la OMS. Estas “aquejan tanto a los países desarrollados como a los países en desarrollo, y están relacionadas con los cambios de los hábitos alimentarios y del modo de vida”⁸. Sin embargo, las grandes corporaciones son el primer obstáculo. Un ejemplo es el debate de 2017 por el proyecto de ley 27.430, que intentó gravar el azúcar añadida artificialmente en las bebidas alcohólicas, en base a las recomendaciones de la OMS, que finalmente no fue aprobado por el Congreso Nacional.

ACCIONES DE LAS EMPRESAS

Las empresas a menudo emplean estrategias para tratar de influir en las preferencias de los consumidores y lograr adherencia en las organizaciones científicas y profesionales mediante acuerdos económicos o patrocinios. Esto compromete la objetividad y la integridad de la investigación científica y profesional, ya que influyen a las organizaciones para que respalden o promuevan productos o servicios específicos, incluso si no son los más adecuados o los más seguros, con el consiguiente impacto negativo en los consumidores y en la comunidad científica.

En 2018, Arcor lanzó el programa “Tu porción justa”, en el que agregó un logo identificatorio de la porción en los paquetes de los productos⁹. Con este programa, la marca dice

ayudar al consumidor a mantener una alimentación balanceada sin restricciones, basada en “evidencia científica”, y afirma tener como referencia los criterios establecidos por las Guías Alimentarias Argentinas y Legislación Mercosur. La empresa ofrece sus productos, en el tamaño de una porción con un máximo de 150 kilocalorías, identificados con un logo, una especie de octógono verde con letras blancas, pero no modifica ingredientes de los productos ofrecidos. La campaña es muy grande, en distintos medios, y cuenta con el aval y la contratación de nutricionistas y médicos que terminan actuando como voceros de la empresa.

El concepto de “Tu porción justa” refuerza una posición muy fuerte que esgrime la industria en contra del etiquetado frontal basado en el modelo de perfil de nutrientes de la OPS, al considerar opciones de etiquetado más laxas para la industria, pero claramente engañosas para el consumidor. El perfil de nutrientes de OPS propone su punto de corte basado en las recomendaciones y directrices de la OMS, y no según la cantidad de calorías aisladas. Además, el logo “Tu porción justa” contradice otra recomendación de los organismos internacionales en relación a las etiquetas, a saber, la incorporación de incentivos en el packaging de los productos ultraprocesados con connotaciones positivas que desvíen las preferencias a su consumo. Entre estos, se encuentran las leyendas sobre el contenido de suplementos vitamínicos, las recomendaciones de entidades profesionales, los dibujos y personajes para niñas y niños, o el concepto de “Tu porción justa”, entre otros.

En su página web, la empresa presenta un programa de responsabilidad social empresarial a través de la Fundación Arcor Argentina, que en el mismo año que lanzó esta campaña promocionó su segunda edición,

renovando su compromiso con la promoción de hábitos de vida saludable en la niñez con la iniciativa “Aprendiendo a disfrutar”. En Argentina, el programa desembarcó en las comunidades de Salto, Luján y San Pedro (Buenos Aires) al que se sumaron **otros proyectos escolares** que alcanzaron a más **8.000 niños y niñas y más de 150 docentes** que fueron capacitados en la promoción de hábitos de vida saludable. Asimismo, con el objetivo de sensibilizar sobre la importancia de tener una alimentación equilibrada y poniendo en valor el aporte de cada alimento, ingresaron a las escuelas con propuestas tales como obras de teatros, comedias musicales que fueron financiadas por el Grupo y la Fundación Arcor.

Durante ese mismo periodo, el Ministerio de Salud de la Nación había convocado a diferentes organizaciones, universidades y entidades profesionales, entre ellas FAGRAN, para la discusión y posición en relación a los distintos tipos de etiquetado frontal, que según la evidencia científica y experiencia en otros países, prometía ser el más acertado para proponer en nuestro país. El ministerio de Salud de la Nación estaba realizando un estudio¹⁰ de concordancia de los distintos tipos de sistemas de perfil de nutrientes con las guías alimentarias para la población argentina (GAPA), recomendación de la OMS para la correcta selección de políticas de etiquetado.

El 14 de julio de 2021, pocos meses antes de aprobarse la Ley 27642 que incluía en su contenido la prohibición del ingreso de productos con al menos un sello a las escuelas y la regulación de la publicidad, promoción y patrocinio de productos con sellos, se conoció a través de los medios que el Ministerio de Salud de la Nación había firmado un convenio con la Fundación Arcor: “Con una inversión de 25 millones de pesos, la compañía y la Fundación Arcor trabajarán junto a Educ.ar S.E.,

perteneciente al Ministerio de Educación de la Nación, para el desarrollo de contenidos educativos digitales y la creación de 24 espacios de innovación EduLAB con equipamiento multimedial en escuelas de todo el territorio nacional”¹¹. El 18 de julio se publicó en la Revista Forbes (especializada en el mundo de los negocios y las finanzas) el anuncio de este importante convenio, que se celebró en el marco del 70 aniversario del mencionado grupo, y se destacó que desde sus inicios Fundación Arcor ha apoyado más de 2.900 proyectos que llegaron a más de tres millones de niños y niñas en todo el país.

Fagran se pronuncia en redes sociales, expresando su preocupación por el convenio firmado¹². En agosto de 2021, se envió nota al Ministerio de Educación para solicitar detalles del convenio firmado, pero no se recibió respuesta alguna.

LAS ORGANIZACIONES Y SU POSICIÓN FRENTE A LA LEY

La Interferencia de la industria también se observa, con actores presentes en las mismas organizaciones científicas o de profesionales, en sus comisiones directivas. En agosto de 2021, FAGRAN redactó un documento de apoyo al proyecto de ley, que tendría en octubre su discusión en el Congreso de la Nación. El documento fue acompañado por más de 400 organizaciones científicas. Algunas organizaciones cuyas actividades son financiadas por la industria alimentaria no apoyaron esta iniciativa. En esos mismos días, la Sociedad Argentina de Nutrición (SAN), organización científica que recibe financiamiento de la industria alimentaria y farmacéutica, convocó a integrantes de distintos espacios para la redacción de un documento técnico sobre etiquetado frontal y perfil de nutrientes, con posición claramente en contra del etiquetado

frontal de advertencias con octógonos negros y del perfil de nutrientes propuesto por la OPS. El documento fue subido a la página web de la SAN¹³, y destaca algunas participaciones individuales como apoyo de organizaciones.

Desde FAGRAN enviamos nota directamente a estas organizaciones para conocer cuál era su posición institucional, y ante nuestra consulta se quitó del documento el nombre de la organización.

En resumen, las empresas recurren a prácticas para captar las voluntades de las organizaciones científicas y profesionales. Es importante que estas se mantengan atentas a su independencia y objetividad en beneficio de la salud de la población, preservando su finalidad ante la sociedad y los profesionales a los cuales representan.

EL CASO DE EMPRESAS QUE SUMINISTRAN PRESTACIONES ALIMENTARIAS EN LAS ESCUELAS

El colectivo de nutricionistas está especialmente preocupado por la fuerte presencia de empresas de alimentos que suministran comidas y productos alimenticios a las escuelas. Estas empresas han expandido sus negocios^{14 15}, en territorios de diferentes provincias del país en los últimos años y tienen por detrás una compleja red de vínculos institucionales y políticos.

Se observa también entre sus empleados gran presencia de profesionales nutricionistas y vínculos con el poder político. Un ejemplo son las empresas del Grupo Phronesis, entre ellas Teknofood¹⁶, Nutri Santiago, Nutri Corrientes y SolFrut en San Juan.

Estas empresas basan todas sus prestaciones alimentarias en la elaboración y **dis-**

tribución de productos comestibles siguiendo una suerte de diseño de productos similares a cualquier ultraprocesado (galletitas, barras de cereal, leches chocolatadas, etc.) pero **fortificados** con minerales o vitaminas, incluso algunas veces con agregado de fibra.

El colectivo de nutricionistas está especialmente preocupado por la fuerte presencia de empresas de alimentos que suministran comidas y productos alimenticios a las escuelas.

Su línea “Abanderados” tiene sellos en el etiquetado frontal y presenta alimentos con exceso de nutrientes críticos (azúcar, sodio, grasas) y bajo aporte de fibra. Estos sofisticados productos de diseño tienen aval en muchas oportunidades de organismos de la ciencia o tecnología.

En nuestro país, muchos niños y niñas reciben desayunos en las escuelas a las que asisten. En algunas provincias, los gobiernos tercerizan esta acción en empresas privadas que se encargan de la producción de los alimentos y su posterior distribución. Esto resuelve situaciones de logística y equipamiento, un déficit en muchas instituciones. Los productos comestibles que se sirven son: **mate cocido con galletitas dulces, leche saborizada, cereales sabor fruta, saborizantes para la leche, budines y arroz con leche.**

El complejo empresarial Phronesis expandió sus negocios en el país en los últimos años. Este presenta establecimientos productivos en las provincias de San Juan, Corrientes, Santiago del Estero, La Rioja y Buenos Aires. En el caso de Santiago de Estero, la

planta local de NutriSantiago está instalada en el parque industrial La Isla (La Banda) y obtuvo beneficios impositivos con la promoción industrial. El gobierno de esta provincia contrata para estos programas a la empresa Teknofood. El mecanismo se asemeja a un monopolio, ya que las adjudicaciones son directas, sin llamar a licitación¹⁷.

En Mercedes, provincia de Corrientes, polo arrocerero del país, se ubica NutriCorrientes. Allí se elaboran harinas de arroz, cereales fortificados para desayuno, papillas lácteas para la alimentación temprana, alimentos con base de arroz, bebidas a base de leche y postres infantiles. En el año 2020, el gobernador de la provincia hizo uso de la opción que figura en los pliegos y prorrogó por dos años un contrato con la firma Teknofood S.A. para la provisión de comedores escolares y colonia de verano de Capital e interior de la provincia, dependientes del Ministerio de Educación¹⁸.

En la provincia de San Juan, Teknofood también abastece de alimentos a los comedores escolares de todas las escuelas públicas de la provincia, bajo un programa del gobierno provincial llamado “Desayunos y meriendas”¹⁹. Además, poseen tres fincas olivícolas, un viñedo, una bodega, una industria productora de alimentos “saludables” y la planta de elaboración de aceite de oliva más importante de América Latina.

Teknofood presenta en su cartera de empleados gran cantidad de profesionales nutricionistas, que tienen a su cargo la realización de los relevamientos en los establecimientos escolares con el fin de capacitar al personal de cada escuela respecto a la elaboración de los alimentos líquidos, como leche con saborizantes, mate cocido, arroz con leche, manejo de stock y control de vencimientos. También colaboran en las especi-

ficaciones técnicas en cuanto al manejo correcto de porciones, entre otros.

Estos profesionales están presentes en diferentes actividades en las que participa la empresa con la promoción de sus productos y materiales educativos sobre nutrición, y en actividades que se realizan en el marco de las universidades relacionadas con la carrera de Nutrición. En el siguiente link, se puede apreciar cómo estas empresas están presentes en eventos científicos, de profesionales y estudiantes universitarios²⁰.

Durante el proceso de sanción de la ley N° 27642, sucedió lo esperable: los titulares de la empresa que elabora estos productos y los distribuye en el país se manifestaron en contra de la Ley de Etiquetado Frontal, que permite al consumidor conocer advertencias sobre alimentos con exceso de grasas, azúcares o sodio, entre otros nutrientes poco saludables.

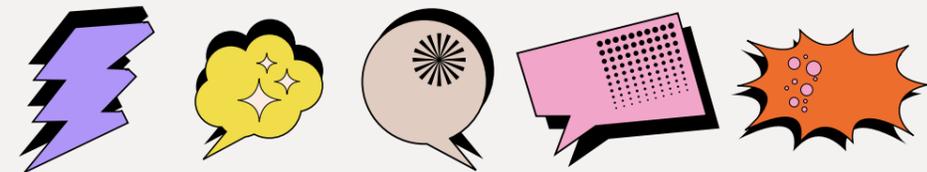
Consultada por esta ley, la directora de La Cumbre lamentó que para el debate no se hubiera llamado a todos los actores involucrados, porque, indicó, “Argentina ya tiene un Código Alimentario que expresa el contenido de los productos. No es verdad que no hay tabla nutricional en los productos. Es decir, **la información está, lo que falta es educación para que la gente pueda entender lo que dice el envase**”²¹. A su vez, recalcó que esta nueva normativa “va a impactar en un costo mayor para el producto”. Una vez en vigencia la ley, y modificado el código alimentario que rige para todos los alimentos envasados que se comercializan en la República Argentina, debieron incorporar los sellos a sus productos. Pero la ley también prohíbe el ingreso de productos con al menos un sello a las escuelas (Art. 12)²². Sin embargo, los productos con sellos de la empresa siguieron distribuyéndose en las escuelas •

ANEXO: BIBLIOGRAFÍA

1. OLALLA, J. F.; GÉRVAS, Juan J. Relaciones entre la industria farmacéutica y los profesionales sanitarios. Gaceta Sanitaria, 1989, vol. 3, no 11, p. 389-391
2. RUANO, A. El conflicto de intereses económicos de las asociaciones profesionales sanitarias con la industria sanitaria. Sociedad Española de Salud Pública y Administración Sanitaria (SESPAS). Barcelona (2011) <https://sespas.es/2011/01/10g/el-conflicto-de-intereses-economico-de-las-asociaciones-profesionales-sanitarias-con-la-industria-sanitaria/>
3. Global Health Advocacy Incubator Bloomberg Philanthropies Food Policy Programme Informes sobre interferencia de la industria No. 1: Interferencia de la industria en políticas alimentarias. (2021) <https://assets.advocacyincubator.org/uploads/2021/07/Policy-Brief-Industry-Interference-es.pdf>
4. Sociedad Latinoamericana de Nutrición SLAN, Conflictos de Interés, La postura sobre el manejo del conflicto de interés establecido para SLAN, revisada en la Asamblea del 2023. Cuenca, Ecuador. Recuperada el 14 de enero de 2024 <https://www.slaninternacional.org/conflicto-de-interes/>
5. FAGRAN (2018). Posición de entidades representativas de CONUMER. <https://fagran.org.ar/wp-content/uploads/2020/07/2018.-CONUMER-Etiquetado-Frontal-de-Advertencias.pdf>
6. FAGRAN, 2015. DECLARACIÓN DE MONTEVIDEO <https://fagran.org.ar/wp-content/uploads/2020/07/2015.-CONFELANYD-AIBAN-Declaraci%C3%B3n-de-Montevideo-Ultraprocesados.pdf>
7. FAGRAN (2023). Reglamentos sobre Conflictos de Interés. <https://docs.google.com/document/d/1BlssUEhgZucXlLt7FVI6PTAbzMlnZpe6/edit>
8. Organización Mundial de la Salud. “Dieta, nutrición y prevención de enfermedades crónicas. Informe de una Consulta Mixta de Expertos. OMS/FAO”, (2003). <https://www.fao.org/3/ac911s/ac911s.pdf>
9. Grupo Arcor. Alimentos porción justa. Consultado 23 de enero 2024. En: <https://www.arcor.com/ar/Vida-Saludable/8-razones-para-saber-cual-es-tu-porcion-justa> <https://www.arcor.com/ar/alimentacion-productos-porcion-justa> <https://www.arcor.com/ar/institucional/aprendiendo-a-disfrutar-junto-a-las-comunidades>
10. Ministerio de Salud de la Nación. Dirección Nacional de Abordaje integral para la Prevención y Control de las Enfermedades Crónicas no Transmisibles. Análisis del nivel de concordancia de sistemas de perfil de nutrientes con las Guías Alimentarias para la Población Argentina. Internet. Consultado el 20 de enero de 2024. <https://bancos.salud.gob.ar/recurso/analisis-del-nivel-de-concordancia-de-sistemas-de-perfil-de-nutrientes-con-las-guias>
11. Ministerio de Salud de la Nación. Dirección Nacional de Abordaje integral para la Prevención y Control de las Enfermedades Crónicas no Transmisibles. Análisis del nivel de concordancia de sistemas de perfil de nutrientes con las Guías Alimentarias para la Población Argentina. Internet. Consultado el 20 de enero de 2024. <https://bancos.salud.gob.ar/recurso/analisis-del-nivel-de-concordancia-de-sistemas-de-perfil-de-nutrientes-con-las-guias>
12. Ministerio de Educación de la Nación y Grupo Arcor. Acuerdo de cooperación. Internet. Consultado 18 de enero 2024. <https://www.arcor.com/ar/uploads/downloads/f1f7376e45203941bdbc8d065cd2b6da.pdf> <https://www.fagran.org.ar/2021/07/16/comunicado-de-fagran-en-relacion-al-convenio-de-cooperacion-suscripto-entre-el-ministerio-de-educacion-de-la-nacion-y-grupo-arcor/>
13. Britos S.; Cabbache, D.; Katz, M.; Marchini, M.; Raimondo, E.; Socolovsky, S.; Tasat, S.; Weill, R. Sociedad Argentina de Nutrición. Documento técnico sobre etiquetado frontal de alimentos y perfil de nutrientes. Sociedad Argentina de Nutrición (2021). https://drive.google.com/file/d/1E2w9QY3_nMQ6wCjV2rDE5Q3B9P4jLws3/view?usp=drive_link
14. Schall C; Si San Juan; Sec Gobernador; Internet. 19 de oct 2021; Consultada 20 de enero 2024. <https://sisanjuan.gob.ar/gobernador/2021-10-19/36147-con-la-presencia-de-sergio-unac-quedaron-inauguradas-las-obras-de-remodelacion-y-ampliacion-de-la-nueva-planta-de-solfrut-alimentos>
15. Visión Santiagueña; Cómo es la ración nutritiva por la que el zamorismo gastó \$2 mil millones. 1 de septiembre de 2023. Consultado el 15 de enero de 2024. <https://visionsantiago.com/como-es-la-ration-nutritiva-por-la-que-el-zamorismo-gasto-en-2-mil-millones/>
16. Teknofood, Empresa del Grupo Phronesis; sitio web, consultado 10 de enero 2024 <https://www.teknofood.com/sistema/>

17. Visión Santiagueña; Donde hay una necesidad hay un negocio, programas alimentarios movieron en un año, más de \$12 millones para una sola empresa.. 22 de agosto de 2023. Consultado el 10 de enero 2024. <https://visionsantiago.com/donde-hay-una-necesidad-nace-un-negocio-programas-alimentarios-movieron-en-un-año-mas-de-12-mil-millones-para-una-sola-empresa/>
18. De acuerdo a la Resolución N° 104 de fecha 15 de febrero de 2016, donde se aprueba el Pliego de Condiciones Particulares para este servicio, se hace referencia a que su vigencia “será por los años lectivos 2016, 2017, 2018 y 2019 completos con opción de prorrogar dicha prestación por dos ciclos lectivos más (2020 / 2021), previo acuerdo de las partes intervinientes...”. La autorización obra sobre el expediente N° 320-12278/2019 y agregado N° 320-12-09-13195/2019, que han sido respaldados por la Ministra de Educación Susana Mariel Benítez en auspicio de la prórroga.
19. Consejo Nacional de Coordinación de Políticas Sociales; Guía de Programas Sociales de la Provincia de San Juan, Internet .Recuperado el 11 de enero de 2024 https://www.argentina.gob.ar/sites/default/files/gps_san_juan_2023.pdf
20. <https://uccuyosj.edu.ar/index.php/la-universidad/institucional/noticias/1207-feria-nutriproductiva-de-alumnos-y-graduados-de-nutrici%C3%B3n>
21. Albarbace, G. ON 24; “Nosotros hemos puesto todo; ahora necesitamos una respuesta y madurez del poder político”; Internet. Rosario 28 de noviembre de 2021. Recuperado el 22 de enero de 2024. <https://www.on24.com.ar/nacionales/nosotros-hemos-puesto-todo-ahora-necesitamos-una-respuesta-y-madurez-del-poder-politico/>

INTERFERENCIAS DE LA INDUSTRIA ALIMENTARIA



Conclusiones

La promoción de la Ley de Promoción de la Alimentación Saludable o Ley de Etiquetado Frontal en Argentina fue un proceso largo y complejo. Transcurrieron muchos años desde el ingreso de los primeros proyectos al Congreso de la Nación, que buscaban implementar un etiquetado frontal en alimentos y bebidas, pasando por diferentes instancias de debate a nivel legislativo, hasta la sanción definitiva de la ley. En este proceso surgieron gran cantidad de voces que intervinieron en las discusiones y que se posicionaron tanto a favor como en contra de la política. En este sentido, se identificaron actores políticos, de la industria, académicos, profesionales de la salud y organizaciones de la sociedad civil. En el camino, hubo diversas acciones de interferencia desarrolladas por la industria de alimentos y bebidas con el fin de obstaculizar, debilitar y demorar la aprobación de la norma.

El rol de las organizaciones de la sociedad civil durante todos esos años resultó fundamental para evitar que esas acciones impactaran dentro del Congreso, debilitando o frenando el avance de la ley. Para que esto ocurriera, fue necesario monitorear de manera constante las iniciativas de la industria y desarrollar acciones enfocadas en distintas audiencias como respuesta.

El presente reporte documenta estas experiencias y principales acciones por parte de cinco organizaciones de la sociedad civil argentina en pos de proteger la ley ante este difícil contexto. En el primer capítulo, FIC Argentina da cuenta de cómo respondieron ante una serie de argumentos nutricionales y económicos que cuestionaban el proyecto de ley. En ese caso, la organización optó por identificar los ejes centrales de esos argumentos y responderlos basándose en evidencia científica libre de conflicto de interés y en experiencias de la región. Con toda esa información se realizaron materiales de comunicación para brindar y difundir información que aportara claridad a decisores políticos, periodistas y organizaciones aliadas. De esta forma, se evitó que los mitos difundidos por la industria y grupos aliados permearan en decisores políticos y que siguieran difundiendo en medios de comunicación.

En la misma línea, el tercer capítulo, a cargo de FUNDEPS, relata una experiencia similar pero con argumentos de índole jurídico también desarrollados por la industria. En este capítulo se mencionan los principales argumentos esgrimidos y se los refuta tomando como eje principal las investigaciones libres de conflicto de interés. Ambas experiencias resaltan la importancia de generar evidencia científica a nivel local y de apoyarse en los estudios desarrollados por organizaciones y/o actores libres de conflicto de interés y casos regionales como estrategia para desmentir las narrativas falsas y/o confusas que busca instalar la industria.

El segundo capítulo aporta la mirada de Consciente Colectivo y detalla una serie de acciones de interferencia directa de algunas empresas en el proceso de elaboración de la ley. Además, explica cómo se desarrollaron distintas campañas de

comunicación digital para visibilizar y denunciar ese lobby. El capítulo cuatro, redactado por la fundación SANAR, también recopila una serie de estrategias implementadas por organizaciones científicas, académicas y de profesionales con conflictos de interés derivados de vínculos financieros con la industria alimentaria. Estas iniciativas buscaban obstaculizar la sanción de la ley. En el capítulo se exponen los argumentos principales utilizados, así como la información sobre los acuerdos entre las empresas y estas organizaciones. En el último capítulo, FAGRAN presenta algunas acciones puntuales de empresas alimenticias en contra de la Ley de Etiquetado y complementa la información resaltando la necesidad de alertar a las organizaciones profesionales y científicas dentro del ámbito de la nutrición sobre los posibles conflictos de interés.

El trabajo colaborativo de las organizaciones de la sociedad civil fue clave para que la ley fuera aprobada y continúa resultando necesario para garantizar su correcta implementación. La multiplicidad de voces y la diferencia de enfoques y tonos entre las organizaciones fue un gran acierto: en todo momento del proceso de promoción de la política, las organizaciones estuvieron presentes para defender la ley, aportando evidencia científica y contraargumentando los mitos que la industria difundió en distintos espacios de injerencia, como medios de comunicación o debates legislativos.

Cabe destacar que estrategias similares a las desplegadas en Argentina por la industria alimenticia para interferir en la Ley de Promoción de la Alimentación Saludable han sido observadas

previamente en otros países de América Latina. Sucedió en Uruguay, con la difusión de argumentos que se opusieron al etiquetado frontal de advertencias, y en México, donde se han identi-

ficado prácticas de distinta índole llevadas adelante por la industria de bebidas azucaradas en contra de medidas destinadas a disminuir su consumo¹.

Es por eso que resulta esperable que este accionar se replique en otros países que intenten avanzar en políticas que regulen a la industria de alimentos y bebidas. Documentar estas iniciativas e intercambiar experiencias con organizaciones de la región es clave para trazar líneas de acción comunes, anticiparse al accionar de la industria y defender el derecho a la salud de la población por sobre cualquier otro interés

El trabajo colaborativo de las organizaciones de la sociedad civil fue clave para que la ley fuera aprobada y continúa resultando necesario para garantizar su correcta implementación.

1. Ares G, Bove I, Díaz R, Moratorio X, Benia W, Gomes F. Argumentos de la industria alimentaria en contra del etiquetado frontal de advertencias nutricionales en Uruguay [Food industry arguments against front-of-package nutrition labels in Uruguay]. *Rev Panam Salud Publica*. 2020 Apr 2;44:e20. Spanish. doi: 10.26633/RPSP.2020.20. PMID: 32256545; PMCID: PMC7115343.



CON EL APOYO DE

