

20 junio de 2022

Arturo Zaldívar Lelo de Larrea
Ministro integrante de la Primera Sala
Suprema Corte de Justicia de la Nación

Presente

Distinguido Ministro Arturo Zaldívar Lelo de Larrea:

Me dirijo a ustedes como Director de Nutrición y Desarrollo Infantil de la Agencia de las Naciones Unidas para la Infancia (UNICEF). He sido informado de que diversos elementos del etiquetado frontal de advertencia de alimentos y bebidas mexicano están bajo discusión en la Suprema Corte.

Como es de su conocimiento, México está haciendo frente a una emergencia epidemiológica de obesidad y diabetes que afecta de manera grave a la infancia y la adolescencia. Si no se implementan, o si se debilitan, las medidas efectivas, uno de cada dos niños/as desarrollará diabetes a lo largo de su vida. De acuerdo con datos de la Encuesta Nacional de Salud y Nutrición, el 40% de la ingesta calórica diaria en la niñez proviene de alimentos y bebidas ultraprocesados, al tiempo que el 80% de la niñez de México consume bebidas endulzadas.

La mala nutrición, incluida la alta prevalencia de sobrepeso y obesidad y las deficiencias nutricionales, está relacionada con el ambiente alimentario en el que vive la población, que propicia el consumo de alimentos y bebidas no saludables, altamente disponibles y publicitados pero pobres en nutrientes esenciales. Un elemento importante de tales ambientes alimentarios nocivos es la implacable comercialización de una gran variedad de alimentos y bebidas empaquetados que utilizan múltiples estrategias de mercadotecnia dirigidas a la niñez, con el objetivo de enganchar a nuestras niñas/os e impulsarles a comprar y consumir estos productos.

UNICEF ha celebrado el etiquetado frontal de advertencia en México, en particular porque incluye protecciones especiales dirigidas a garantizar el derecho a la salud y la alimentación de la niñez del país ya que restringe el uso de personajes, mascotas, celebridades y otros elementos similares de mercadotecnia dirigidos a la niñez en los empaques de alimentos y bebidas de alta densidad energética y con exceso de nutrientes críticos, al tiempo que advierte de la presencia de dos sustancias que no son recomendables en la niñez: los edulcorantes y la cafeína.

El uso de personajes, mascotas de marca y elementos similares de mercadotecnia en empaques es una estrategia comúnmente utilizada por la industria alimentaria para atraer a la niñez a sus productos. La evidencia demuestra que su uso aumenta la inclinación, asociación y lealtad de la niñez hacia un producto, porque los niños/as transfieren al producto los sentimientos positivos que puedan tener hacia un personaje o mascota determinados. La evidencia muestra que el uso de estas estrategias de mercadotecnia se da principalmente en empaques de productos no saludables.

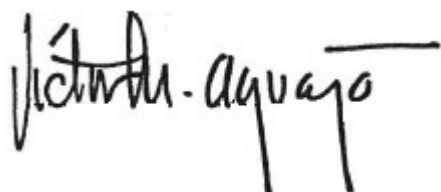
Una revisión sistemática de la investigación existente demuestra que la presencia de personajes infantiles y otros elementos similares de mercadotecnia en los empaques influyen en múltiples variables relacionadas con la mala alimentación y la conducta y procesos cognitivos en los menores de 12 años. Se ha visto que afecta las preferencias, compra y consumo de alimentos no saludables en esta etapa en la que se adquieren gustos y costumbres alimentarias.

Dada la amplia y consensuada evidencia que demuestra los efectos negativos en la salud del uso de personajes, mascotas y otros elementos en empaques de alimentos y bebidas no saludables, desde 2010 la Organización Mundial de la Salud (OMS) y la Organización Panamericana de la Salud (OPS) y UNICEF recomiendan la implementación de políticas que protejan a niñas/os y adolescentes de estas estrategias para reducir su exposición y vulnerabilidad a tales tácticas de mercadotecnia.

El impacto de estas estrategias de mercadotecnia en el empaque de alimentos y bebidas destinados a niñas/os y las recomendaciones de la OMS, OPS y UNICEF requieren que el Gobierno tome medidas para proteger a la infancia y adolescencia de estas estrategias nocivas, promover su derecho a la salud, la alimentación, la información y la protección y contribuir a la prevención de la obesidad y enfermedades crónicas asociadas en la niñez, la adolescencia y la juventud incluida la diabetes y enfermedades cardiovasculares.

Con este motivo, exhorto respetuosamente a que la Suprema Corte conceda el mantenimiento en sus términos del etiquetado frontal de advertencia de alimentos y bebidas incluyendo la restricción del uso de personajes en empaques con sellos y leyenda de edulcorantes.

Atentamente,



Dr. Víctor Aguayo
Director de Nutrición y Desarrollo Infantil
Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia (UNICEF)