



Otra amenaza a la publicidad de alimentos



Desde que se dio inicio a la nueva norma de etiquetado frontal conocida como NOM-051, la amenaza para seguir restringiendo la publicidad de los llamados alimentos procesados no ha cesado. De hecho, atacar a estas industrias y sus productos se ha convertido en una práctica reiterada desde los poderes Legislativo y Ejecutivo.

La primera gran batalla se desarrolló alrededor de la mencionada norma oficial, que luego de más de un año de negociaciones y controversias desembocó en una de las reglas más estrictas en el mundo en materia de información comercial, imponiendo no solo el uso de sellos frontales por ingredientes críticos, sino prohibiendo el uso de personajes y dibujos animados en los empaques.

El siguiente punto de tensión se centró en las reformas propuestas a los reglamentos de publicidad en materia de salud, que pretenden extender las restricciones de uso de personajes, celebridades y dibujos animados a la publicidad de los productos. Ante los argumentos de contención opuestos por empresas, agencias de publicidad y medios de comunicación, la reforma ha sido hasta ahora detenida.

La iniciativa que ahora se plantea va todavía más lejos que las

previas, prohibiendo en forma total la publicidad de alimentos y bebidas de bajo nivel nutricional y alto contenido energético, limitándolo para solo ser dirigida a adultos a través de medios de comunicación no masivos. La reforma fue promovida por la senadora Antares Vázquez Alatorre del grupo parlamentario de Morena, por lo que su tránsito en el Congreso pudiese ser expedito.

Es claro que el ataque a las bebidas y los alimentos procesados se ha intensificado en la pandemia, a partir de los señalamientos de que han sido objeto desde diversas instancias del gobierno federal, por el supuesto agravamiento de condiciones de vulnerabilidad que su consumo provoca en amplios sectores de población. Con los ataques se ha creado un verdadero clima de linchamiento, que mucho tiene de ideológico y muy poco de científico.

De esta manera, legislar para prohibir, limitar, restringir o castigar a esta clase de productos y las empresas que los producen se ha vuelto “políticamente correcto”, estimulando proyectos de ley de todo tipo para seguir cerrando el cerco a su comercialización.

En la revisión de los estándares que la norma oficial de etiquetado generó quedó claro que,

desde un punto de vista técnico, muchos de los productos que están siendo objeto de restricciones poseen condiciones nutricionales adecuadas para el contexto de nuestro país, con independencia de muchos otros factores que no están siendo analizados, como una consecuencia indeseable de las limitaciones en su publicidad y venta.

Nuestra ley no contempla la posibilidad de informar al público sobre los riesgos de alimentos no procesados como los de venta a través del comercio informal en las calles, o de otros como los expendidos en panaderías. Se ignora, además, que la inocuidad de los alimentos procesados, en amplias regiones del país, se convierte en una condición favorable a la salud.

Al final llegamos a un principio elemental. Prohibir a un comerciante “hablar” de sus productos, a través de la publicidad, es una restricción a la libertad de expresión, que aún en estas circunstancias conserva su condición de derecho fundamental.