



# Salud pública: los adversarios y sus cómplices

HUGO LÓPEZ-GATELL\*

**P**oderosos intereses comerciales acosan a la salud pública y es preciso defender frente a ellos la política sanitaria. Existen grandes lecciones sobre los riesgos de negociar o siquiera discutir la política pública con entidades privadas cuyos intereses irremediamente se contraponen con la salud.

México es uno de los países más afectados por epidemias de enfermedades crónicas no transmisibles (ECNT) como la obesidad, diabetes *mellitus*, hipertensión arterial, enfermedad cardiovascular y múltiples tipos de cáncer. La evidencia científica demuestra que el motor fundamental de las ECNT prevalentes y letales es el consumo cotidiano de azúcares, calorías, grasas y sodio, presentes en la mayoría de las bebidas azucaradas prevasadas, alimentos procesados, tabaco y alcohol.

Durante el gobierno de Andrés Manuel López Obrador se inició una decidida revisión legal, reglamentaria y normativa, encaminada a reducir la sobreabundancia y sobreconsumo de productos alimentarios perniciosos y tabaco. Destacan las reformas a las leyes generales de salud (2019), que ordena etiquetados de advertencia en los productos prevasados; para el control de tabaco (2022), que regula más enérgicamente la publicidad, propaganda y patrocinio, dispone espacios absolutamente libres de humo y emisiones, y la de educación (2024), que establece entornos saludables en los recintos del sistema educativo nacional, en los cuales no se deben promover ni comercializar productos alimentarios con etiquetados de advertencia.

Estas medidas, de indiscutible y urgente interés público, afectaron las ganancias y se enfrentaron a la resistencia de las industrias agroalimentaria, tabacalera, alcohólica, publicitaria, comercial y de los medios de comunicación corporativos, que han intentado descarrilar esta política de salud mediante demandas de amparo, propaganda, cabildeo legislativo y patrocinando a grupos de presión disfrazados de organizaciones ciudadanas.

También aprovechan los vacíos legales para reclutar consumidores cada vez más jóvenes y reposicionar sus marcas con nuevos artículos. Vapeadores y productos de tabaco calentado o bolsas de nicotina, que aún se pueden vender a menores de edad; bebidas azucaradas con alcohol, que escapan a las obligaciones de etiquetado; o refrescos y cereales reducidos en azúcar con igual aspecto al de los azucarados para impulsar el consumo de los últimos.

Las empresas rehúyen que se les identifique como sujetos obligados cuando la ley les limita o prohíbe hacer algo. Quieren evitar que la sociedad las aprecie negativamente porque eso genera desconfianza en sus productos, reduce sus ventas y las deprecia. Por ello, buscan activamente presentarse como socias del gobierno y amigas de las causas justas. Ofrecen apoyar las iniciativas públicas o sociales en los temas que les exhiben como amenaza. Este proceso deliberado de lavar la imagen corporativa se conoce como *green-washing* (cuidado ambiental), *health-washing* (salud), *welfare-washing* (bienestar social), etcétera.

El 12 de marzo pasado dio inicio el programa Vive saludable, Vive feliz, que suma a los entornos del sistema educativo un paquete de acciones culturales, educativas y de promoción de la salud. Algunas empresas que participan como proveedores contratados de insumos y servicios sanitarios han aprovechado para mostrarse como socias o colaboradoras de esa iniciativa pública. Aunque son maniobras de relaciones públicas un tanto oportunistas, si se cuidan los límites contractuales la misión y el sentido público del programa quedarán a salvo.

Sin embargo, existe otro grupo de empresas, en su mayoría grandes corporaciones de la industria agroalimentaria (incluidas Femsa Coca-Cola y Bimbo) que sólo manobran para parecer aliadas del gobierno, buscando la foto y un chispazo en redes sociales que les permita presumir



que promueven la salud y se interesan por los derechos de la infancia. La contradicción es tan obvia como grotesca porque se trata, precisamente, de las empresas cuyos productos son la raíz de las epidemias de ECNT y las que han socavado sistemáticamente las políticas de salud, dañando a nuevas generaciones desde la infancia.

Estas corporaciones quieren distraer la atención sobre el grave problema de la alimentación no saludable, ofreciendo paquetes de promoción deportiva y diluyendo frívolamente la exigencia social de entornos libres de comida chatarra y de bebederos en las escuelas y el rechazo al patrocinio comercial a la infraestructura educativa.

Esto es posible porque existen funcionarios que se dejan seducir por estas tretas y pactan con los grupos empresariales, en vez de cumplir y hacer cumplir las leyes respectivas. Celebran como logros políticos que las empresas ofrezcan renunciar a ejercer acciones judiciales contra las leyes vigentes. Nos anuncian que éstas han decidido “voluntariamente” sacar sus nocivos productos de las escuelas. ¡Vaya audacia! Esto no es otra cosa que el mandato de la ley, misma que debió reformarse para obligarles a cumplir lo que en vano prometieron cuando los gobiernos neoliberales amigablemente les abrían la oportunidad de autorregularse.

Con ello, estos funcionarios convierten su misión institucional en un espacio de cálida connivencia del poder público con el económico, al servicio de los intereses de este último. También es inquietante identificar que las representaciones de organismos internacionales en México, como el Fondo de Naciones Unidas para la Infancia (Unicef), aplauden esta pantomima.

Es pertinente preguntarse si este pragmatismo político se guía genuinamente por el interés público o si existen ganancias secundarias aún por descubrir. Cada uno de estos actos incongruentes mina la transformación y erosiona su credibilidad ante la mirada crítica del pueblo. La salud y los derechos de la infancia no son inconvenientes renunciables. La ética debe poner límites al pragmatismo.

*\*Hugo López-Gatell, médico epidemiólogo. Investigador del Instituto Nacional de Salud Pública. Correo electrónico: hugo.lopez-gatell@insp.mx*