



Demandan retirar publicidad de Coca-Cola del árbol de Navidad del Zócalo, piden congruencia frente a la emergencia epidemiológica por obesidad y diabetes

- *Mientras se declara emergencia epidemiológica por obesidad y diabetes el gobierno de la CDMX permite la instalación de un árbol de navidad de Coca-Cola en la plaza central de la capital y del país.*
- *El consumo de ningún producto en el mercado está asociado con la obesidad y la diabetes como lo están las bebidas azucaradas, especialmente, en México que ocupa uno de los primeros lugares en el consumo de bebidas azucaradas.*
- *Lanzan petición en redes sociales para demandar el retiro de esta publicidad en el árbol de Navidad del Zócalo al jefe de gobierno de la ciudad, Miguel Ángel Mancera, al Secretario de salud, Armando Ahued y a legisladores y funcionarios de la CDMX.*

Ciudad de México a 08 de diciembre 2016.- Organizaciones de la sociedad civil realizaron una acción pública frente al árbol de Navidad que se encuentra ubicado en el Zócalo de la Ciudad de México (CDMX) para demandar el retiro de la publicidad de Coca-Cola que adorna dicho árbol. Miembros de la Alianza por la Salud Alimentaria señalaron: “Es inaceptable que a unas semanas de haberse declarado las emergencias epidemiológicas por obesidad y diabetes se permita la instalación del árbol de Navidad con publicidad de Coca-Cola en el Zócalo, la plaza central del país. Con la publicidad del producto cuyo alto consumo se liga en nuestro país a los altos índices de obesidad y diabetes, es de una total incongruencia”, señaló Fiorella Espinosa, coordinadora de investigación en salud pública de El Poder del Consumidor.

Este árbol de Navidad, ubicado en la plaza central de la ciudad y del país, es un foco de atención para los habitantes de la ciudad y los visitantes que de manera multitudinaria visitan esta plaza en la época decembrina. Es ya una costumbre llevar a los niños a tomarse una foto del recuerdo frente al árbol, quedando grabado el logo de Coca-Cola en las fotos del álbum familiar. Los logos de Coca Cola están justamente ubicados en las grandes esferas que se encuentran en la parte inferior para quedar como parte del escenario de las fotografías. El gobierno de la CDMX le pone el set a la empresa refresquera.

El gobierno de la CDMX le entrega a Coca-Cola este espacio en el Zócalo, con todo el simbolismo que tiene como corazón del país, y la empresa conjunta este simbolismo con el del árbol de Navidad generando un gran impacto publicitario en las familias mexicanas, creando una asociación de estas festividades y sus valores con el consumo de Coca-Cola.

“La emergencia epidemiológica por obesidad y diabetes se explica, entre otras cosas, con la Cocacolinización en que se encuentra el país, la presencia de la publicidad de Coca-Cola en el Zócalo de la ciudad es una muestra de esta cocacolinización que, en este aspecto, ha penetrado al gobierno de la Ciudad de México”, señaló Alejandro Calvillo, director de El Poder del Consumidor.

El porcentaje de diabetes a nivel nacional es de 9.2% siendo la Ciudad de México el de mayor porcentaje 12.7%, es decir, la entidad del país con más diabéticos y muertes por esta enfermedad, le sigue Nuevo León (11.4%) y el Estado de México (10.6%). El consumo de bebidas azucaradas aumenta no sólo el riesgo de obesidad y diabetes, también el de padecer enfermedades cardiovasculares, que son la principal causa de muerte en el país.



alianza por la salud alimentaria

Las organizaciones se dijeron sorprendidas acerca del apoyo a este tipo de publicidad por parte del gobierno de la Ciudad de México, cuando el propio secretario de Salud capitalino, Armando Ahued, ha celebrado y declarado estar a favor de incrementar el impuesto a los refrescos, señalando que de esa manera se puede desincentivar su consumo. Además, ha dicho que con el dinero que se acumule de este impuesto, podrán instalarse más bebederos en las escuelas públicas e implementar un programa de promoción de la salud en las instituciones educativas.

Respaldar este tipo de publicidad va en contra de los avances que han comenzado a darse en políticas públicas en la capital del país a favor de la salud de los ciudadanos: el inicio de un programa de instalación de bebederos en espacios públicos; campañas como “Pídela y tómala” en donde los comensales tienen acceso a agua potable gratuita en los restaurantes; “Menos sal, más salud” que promovió el retiro de saleros en las mesas en restaurantes; el semáforo de la alimentación y la adopción del programa huerto-cocina en 45 escuelas públicas para que los niños puedan tener la experiencia de la siembra de vegetales y finalmente su consumo, el cual resultará en una dieta más saludable.

Las organizaciones lanzaron una petición para demandar el retiro de esta publicidad en el árbol de Navidad dirigida al Jefe de Gobierno, Miguel Ángel Mancera; al Secretario de Salud, Armando Ahued; al Secretario de Educación, Mauricio Rodríguez; legisladores y otros funcionarios del gobierno de la Ciudad de México. Esta petición está disponible a través de la plataforma de DoGooder en el siguiente link <http://bit.ly/2qbRe2V> para que las personas se sumen a esta demanda.

Contacto prensa

Diana Turner cel. 55-8580-6525

Rosa Elena Luna cel. 55-2271-5686

Denise Rojas cel. 55-1298-9928