



Retiran publicidad de Coca Cola del árbol de Navidad del Zócalo ante protestas

- *Gobierno de la CDMX atiende solicitud ciudadana de retirar la publicidad de la empresa Coca-Cola del árbol a en el Zócalo de la Ciudad de México.*
- *Solicitan a los legisladores de la CDMX establecer una regulación que prohíba la publicidad de alimentos y bebidas no saludables y de cualquier producto que represente un riesgo a la salud de las Plazas Públicas de la capital.*
- *Piden sacar la publicidad de otros árboles de Navidad de Coca Cola en plazas públicas de la ciudad, como los de Buenavista e Iztapalapa.*

Ciudad de México a 15 de diciembre de 2016.- A partir de las protestas ciudadanas y de cientos de cartas que han recibido el jefe de gobierno, Miguel Ángel Mancera; el secretario de salud, el Dr. Armando Ahued; así como otros funcionarios del gobierno de la Ciudad de México y legisladores locales, protestando por la publicidad de Coca-Cola en el árbol de navidad instalado en pleno Zócalo de la Ciudad de México, se han retirado las imágenes con el logo de esa empresa, las de Santa Claus bebiendo Coca-Cola y de los osos polares utilizados en sus campaña publicitarias navideñas.

A unas semanas de haberse declarado las emergencias epidemiológicas por obesidad y diabetes, miembros de la Alianza por la salud Alimentaria en un acto público en el Zócalo de la Ciudad de México el pasado 08 de diciembre, demandaron el retiro de la publicidad de Coca-Cola del árbol de Navidad instalado en la plaza central de la capital y el país, demanda que ha sido secundada por más de 1,200 correos enviado por ciudadanos a las principales autoridades y legisladores de la ciudad que tienen como su deber cuidar del bienestar y salud de los capitalinos y, en especial, de los niños.

La demanda del retiro de esta publicidad se basa en los propios compromisos de las refresqueras que desde 2008 tomaron el compromiso de no realizar publicidad a menores de 12 años, como Coca-Cola que estableció ante la Organización Mundial de la Salud (OMS): *“Nosotros tenemos una Política de Responsabilidad Publicitaria que cubre a todas nuestras bebidas, y no publicitamos ningún producto a niños menores de 12 años”*; en las recomendaciones de la propia OMS y el compromiso del gobierno mexicano al signar en 2015 el Plan de Acción para la Prevención de la Obesidad en la Niñez y la Adolescencia de la Organización Panamericana de la Salud que establece la protección de la infancia contra este tipo de publicidad.

Los mexicanos consumimos cerca de medio litro por persona al día de bebidas azucaradas y somos los mayores consumidores de Coca-Cola por persona en el mundo. Con menos de esa cantidad, con una sola lata diaria de refresco (355 mililitros), que contiene 7 cucharadas cafeteras de azúcar, el riesgo de diabetes aumenta más de 20% y el de obesidad en niños más de 60%. Por estas razones se ha establecido un impuesto a estas bebidas y se ha prohibido su presencia en las escuelas. Por todo lo anterior, es un despropósito que las autoridades lleguen a convenios y acuerdos para que se utilicen las plazas públicas para este tipo de publicidad que va contra la salud de la población y,



alianza por la salud alimentaria

especialmente, de los niños”, señaló Fiorella Espinosa, coordinadora de investigación en salud alimentaria de El Poder del Consumidor.

La ASA señala que es fundamental que se legisle en la materia para prohibir la publicidad de alimentos, bebidas y todo tipo de productos que representen un riesgo para la salud de los niños en todas las plazas públicas de la Ciudad de México, ya que existen otros casos como los de los árboles de Navidad de Coca-Cola instalados en plazas públicas en Buenavista e Iztapalapa.