

Demandan a CONAPRED proceder contra Coca Cola por publicidad discriminatoria que atenta en detrimento de la salud de los pueblos indígenas

México, D.F. a 02 de diciembre de 2015.- Organizaciones de defensa de los derechos humanos, de derechos indígenas, de consumidores, expertos en nutrición y miembros del pueblo Mixe, solicitaron a la Consejo Nacional para Prevenir la Discriminación (CONAPRED) proceder contra la empresa Coca-Cola por la publicidad realizada en la comunidad Mixe de Totontepec, Oaxaca, por discriminatoria y atentar contra la dignidad, cultura y salud de los pueblos indígenas.

La publicidad difundida en las redes sociales hasta el día de ayer (<https://www.youtube.com/watch?v=V3XlCedlBVE>) reproduce y refuerza estereotipos que establecen a los indígenas como subordinados culturalmente y racialmente. Muestra a un grupo de jóvenes de tez blanca que llegan a un poblado Mixe, riendo y jugando por sus calles, mientras los jóvenes indígenas los observan. Los jóvenes reparten Coca Cola e instalan un árbol de navidad con maderas y tapa roscas de Coca-Cola que los indígenas al girarlas las encienden. Los jóvenes de tez blanca palmean, de manera paternalista, a los jóvenes indígenas.

Elvira Constantina Pablo Antonio, colaboradora de ASER Litigio A.C., dijo que en su experiencia como mujer joven mixe, “el reforzamiento de estereotipos vinculados a pueblos indígenas en este tipo de publicidad, como ahora lo hace la empresa Coca-Cola, genera dos cosas: por un lado, la posición de privilegio de ciertos grupos identificados con una cultura creada por el mercado de consumo, por tanto de subordinación de los pueblos indígenas ante éstos. Y por otro lado, se reproduce una visión asistencialista y ausente de un enfoque de derechos humanos”.

Además, ahondó: “Este tipo de publicidad está alejada de lo que verdaderamente hacemos y tenemos como tradiciones en los pueblos durante las fechas decembrinas. En esta época, la Navidad tiene un sentido comunitario y de fortalecimiento de lazos entre todas las personas que somos parte de la comunidad. De hecho, el efecto de publicidad de este tipo, promueve la ruptura del tejido comunitario, y la imposición de una cultura de consumo y ajena a las comunidades.”

Por su parte, Carlos Ventura, colaborador del Centro de Derechos Humanos Fray Francisco de Vitoria, pidió a la CONAPRED investigar de oficio la publicidad discriminatoria que circuló la empresa Coca Cola en medios de comunicación masiva y redes sociales. Esto con base en el artículo 1° constitucional, ya que es obligación del Estado garantizar, prevenir, proteger y respetar los derechos humanos contenidos en la Constitución, pero también en todo tratado internacional del que México es parte, como el Convenio 169 de OIT y la Declaración de las Naciones Unidas sobre los Derechos de los Pueblos Indígenas.

Asimismo, argumentó, que las empresas transnacionales no están exentas de cuidar que sus acciones no violenten derechos humanos. Para este caso, la publicidad emitida violenta derechos humanos de los pueblos indígenas en México, y por tanto el Estado debe investigar y sancionar a la empresa que incentiva la reproducción de estereotipos que ocasionan violaciones al derecho a la no discriminación.

Alejandro Calvillo, director de El Poder del Consumidor, señaló: “esta publicidad de Coca-Cola ha provocado una indignación generalizada por el uso que hace de la población indígena para la promoción de sus bebidas que han dañado la salud, en especial, de las propias poblaciones indígenas. La publicidad es discriminatoria, claramente establece dos tipo de personas, los de tez blanca y la población indígena. Los primeros son los activos, los que ríen a carcajadas, los que corren por el poblado ajeno, los que son observados por los jóvenes indígenas. Entran al pueblo repartiendo su bebida que ha dañado, especialmente, a la población indígena. Construyen un árbol de navidad, ajeno a las festividades de la comunidad, e invitan a los jóvenes indígenas a encenderlo haciendo girar cada una de las tapas rosca de Coca-Cola”.

En su oportunidad el Dr. Abelardo Ávila, investigador del Instituto Nacional de Ciencias Médicas y Nutrición Salvador Zubiran, de origen mixteco, agregó: “Es indignante que se utilice a la comunidad indígena y se ponga en lengua mixte la frase “permanezcamos unidos”, cuando estas bebidas se han convertido en una amenaza y un daño catastrófico a la salud de la población indígena del país. La vulnerabilidad de estas comunidades en términos de salud es extrema, se trata de poblaciones viviendo en alto y muy alto grado de marginación. Sus carencias son enormes, no requieren un árbol de navidad, va contra su cultura, no requieren bebidas azucaradas, atentan contra su salud, no requieren ser expuestos subordinados y como inferiores, esto es un atentado contra sus derechos y su cultura”.

Durante la conferencia de prensa se presentó una edición del propio comercial de Coca-Cola exponiendo en voz de jóvenes mixte la realidad en la que se encuentran y los riesgos a los que se pueden enfrentar las comunidades indígenas con este tipo de publicidad.
Link: <http://youtu.be/A6Nr4guMWrY>

Contacto Prensa

Rosa Elena Luna cel. 55 22 71 56 86,

Diana Turner cel. 55 85 80 65 25

Denise Rojas cel. 55-1298-9928