



Denuncian que olimpiadas en Brasil son un carnaval de la chatarra

- *Las corporaciones globales de bebidas azucaradas y comida chatarra utilizan las olimpiadas, para enmascarar que sus productos más vendidos contribuyen a la epidemia global de obesidad, diabetes tipo 2, enfermedades cardiovasculares y otros problemas de salud.*
- *Organizaciones difunden en las redes sociales la contra publicidad que habla sobre los estragos en la salud de las bebidas azucaradas titulado "Una nueva canción" en: <https://www.youtube.com/watch?v=kp8B-aB-lxY>*

05 de agosto de 2016.- Mientras los atletas de todo el mundo buscarán romper records internacionales, Coca-Cola está lanzando una campaña global de mercadotecnia para los juegos Olímpicos Río 2016, para lograr romper su record de ventas.

Durante las próximas semanas Coca-Cola y otras empresas estarán usando las olimpiadas para lanzar campañas publicitarias multimillonarias para promocionar, especialmente entre los jóvenes, el consumo de bebidas azucaradas y comida chatarra. El centro de estas campañas globales está en vincular sus marcas y productos con la excelencia deportiva y las propias olimpiadas.

Las corporaciones globales de las bebidas azucaradas y la comida chatarra utilizan las olimpiadas, el máximo evento deportivo de la humanidad, para enmascarar el hecho de que sus productos más comercializados y vendidos contribuyen de manera muy importante a la epidemia global de obesidad, diabetes tipo 2, enfermedades cardiovasculares y otros problemas de salud.

Tim Lobstein, Director de Políticas Públicas de la Federación Mundial de Obesidad, señaló: "La obesidad infantil está creciendo rápidamente en las economías en desarrollo y la última cosa que los niños necesitan es la inducción a consumir más comida chatarra. Los Juegos Olímpicos deberían ser una guía para el progreso humano y no un lugar donde la pobre nutrición recibe un halo de oro".

Malcolm Clark, coordinador de la Campaña de Alimentación Infantil, y autor de la exposición -Los juegos de la obesidad Londres 2012- en Reino Unido compartió la experiencia a la que se enfrentaron en la edición pasada de los Juegos Olímpicos: "Sabemos de primera mano lo que sucedió en Londres 2012, en donde se dio un carnaval de comercialización de comida chatarra. Lo estamos viendo de nuevo: con los juegos de Kellogg's en donde se promueven los productos menos saludables con altos niveles de azúcar; con el anuncio mundial de Coca Cola #thatsgold dando el doble de tiempo en pantalla al color de rojo de Coca-Cola y Coca-Cola Zero Azúcar; y con la aparición de la edición limitada de la bandera brasileña promocionada por M&Ms así como otros productos azucarados, que se asocian con los Juegos Olímpicos".

"Hoy, cuando comienzan los Juegos Olímpicos Río 2016, nos solidarizamos con los expertos en salud pública en Brasil y en todo el mundo, en su intento por contrarrestar los

Contacto prensa

Rosa Elena Luna cel. 55-2271-5686

Diana Turner cel. 55-8580-6525

Denise Rojas cel. 55-1298-9928



alianza por la salud alimentaria

efectos de los millones de libras invertidos por las empresas para promover las bebidas azucaradas y alimentos altamente calóricos hacia las familias de todo el mundo durante este período.

Alejandro Calvillo, director de El Poder del Consumidor aseguró que: "Estas marcas son unos de los principales responsables de la epidemia de obesidad y diabetes en la región de Latinoamérica. Además, dichas empresas niegan la evidencia científica acerca del daño que sus productos generan, manipulan a los niños, utilizan publicidad engañosa, e invierten millones de dólares en lobby para impedir el desarrollo de políticas públicas los países que están trabajando para combatir la obesidad y las enfermedades crónicas. "

Por su parte Simón Barquera, investigador y miembro de la Academia de Medicina en México y de la Academia Nacional de Ciencias aseguró: "Coca-Cola se encuentra financiando programas de investigación y de actividades cuestionables en México, Chile, Argentina y Brasil [iv]. Ellos también son parte de una "fundación de responsabilidad social" -la Fundación Movimiento es Salud-, la cual ignora la contribución de las bebidas azucaradas con la epidemia de la obesidad [v]. Debemos exportar políticas públicas exitosas que mejoren el entorno de los alimentos (como los sistemas de etiquetado para alimentos y bebidas de Chile y Ecuador, las guías alimentarias de Brasil y el impuesto a los refrescos de México) tan pronto como sea posible a otros países [vi]. "

A esta intensa promoción de publicidad de las empresas hacia sus productos se suman las declaraciones de apoyo de la Federación de Alimentos y Bebidas -Food and Drink Federation (FDF)- en Reino Unido el cual pareciera desconocer la epidemia de obesidad y diabetes a nivel mundial asegurando que: "La comercialización de comida chatarra, y en concreto la asociada a los Juegos Olímpicos, es una preocupación puramente "occidental y metropolitana", y que "los países de Asia y América Latina no tienen ningún problema con esto".

Al respecto el Dr. Fabio Gomes, nutricionista de salud pública en Brasil de la Organización Panamericana de la Salud y Asesor Regional de la Organización Mundial de la Salud declaró: "La declaración de la Food and Drink Federation es una barbaridad. Si estas empresas, efectivamente, actuaran de forma responsable no anunciarían sus productos a los niños [i]; no enviarían a sus payasos con licencia a las escuelas brasileñas para enganchar a los niños con sus marcas y productos [ii]; y no promoverían las bebidas azucaradas y productos ricos en alta densidad calórica los cuales no son recomendados por las guías dietéticas basadas en alimentos de Brasil ". [iii]

Finalmente, Tilakavati Karupaiah, Profesor Asociado de la Facultad de Ciencias de la Salud de la Universidad Kebangsaan de Malasia: "Nuestro propio esfuerzo y del gobierno por continuar con la promoción de mensajes en torno a la salud están siendo amenazados por los millones de dólares gastados en las campañas de comercialización de comida chatarra y bebidas azucaradas."

Contacto prensa

Rosa Elena Luna cel. 55-2271-5686

Diana Turner cel. 55-8580-6525

Denise Rojas cel. 55-1298-9928



alianza por la salud alimentaria

Varias de las organizaciones están difundiendo en las redes sociales la contra publicidad que habla sobre los estragos en la salud de las bebidas azucaradas titulado “Una nueva canción” puede ser visto en: <https://www.youtube.com/watch?v=kp8B-aB-lxY>

Contacto prensa

Rosa Elena Luna cel. 55-2271-5686

Diana Turner cel. 55-8580-6525

Denise Rojas cel. 55-1298-9928