

# **SABER LO QUE COMEMOS.**

## **¿Cómo impacta en nuestras vidas la reciente ley de etiquetado frontal de alimentos?**

### **INTRODUCCIÓN**

El sobrepeso y la obesidad fueron las formas de malnutrición más prevalentes según la segunda Encuesta Nacional de Nutrición y Salud (ENNyS2) publicada en 2020. En niños menores a 5 años, la prevalencia de exceso de peso afecta al 13,6%, mientras que en niños de entre 5 y 17 años asciende al 41,1% de la población. En la población adulta, la prevalencia de exceso de peso fue de 67,9% (1).

Esta situación se podría explicar en gran parte analizando el patrón alimentario en Argentina, el consumo de energía proveniente de productos ultraprocesados aumentó en un 53%, duplicando el consumo máximo de sodio y azúcares recomendado; reemplazando a alimentos naturales o mínimamente procesados (2).

Por otro lado esta misma encuesta refiere que más del 70% de los adolescentes indicaron que en los establecimientos escolares se provee este tipo de productos ultraprocesados y que en el interior de las instituciones funciona un kiosco donde el 40% compraron alguno de estos en el transcurso de una semana (1).

Se suma a la situación de malnutrición por exceso y al patrón alimentario argentino basado en productos ultraprocesados, que solo el 30% de la población lee etiquetas nutricionales, y de aquellos que la leen, solo la mitad refiere comprenderlas.

Frente a toda esta situación, y sumado a que la evidencia indica que la malnutrición por exceso es más prevalente en poblaciones con mayor vulnerabilidad socioeconómica, es que es de suma importancia que se aprobara y se implemente la Ley de Promoción de la Alimentación Saludable (más conocida como la ley de etiquetado por ser uno de sus pilares fundamentales).

Esta ley fue el resultado de la unificación de 15 anteproyectos, diseñados a partir de la mejor evidencia científica libre de conflictos de intereses, incluyendo el análisis de lo ya implementado en países latinoamericanos para ofrecer un proyecto de Ley superador en la región.

El 26 de octubre de 2021, la Cámara de Diputados de la Nación aprobó la Ley de Promoción de la Alimentación Saludable. La misma contó con 200 votos a favor, 22 en contra y 16 abstenciones, protegiendo de esta forma a las infancias y a los grupos de menor nivel socioeconómico, representando un gran avance en términos de derechos, sobre todo el de garantizar el derecho a una alimentación adecuada.

## **DESCRIPCIÓN DE LA LEY**

La ley de Promoción de la alimentación saludable está dirigida a fabricantes, fraccionadores y envasadores que distribuyan, comercialicen o importen, que hayan puesto su marca o integren la cadena de comercialización de alimentos y bebidas no alcohólicas de consumo humano en todo el país (3) (4).

La finalidad es que se implemente un etiquetado frontal de advertencia en los alimentos procesados y ultraprocesados tal como establece el modelo de perfil de nutrientes de la Organización Panamericana de la Salud (OPS) (5), incluido en el artículo 6to. Este modelo fue desarrollado por personas idóneas en la temática, libre de conflicto de interés, convocados por la OPS. Aquellos productos alimentarios que superen los valores establecidos por este modelo deberán incluir un sello en forma de octógono de manera clara en el frente del envase con las siguientes leyendas: “exceso en azúcares”, “exceso en sodio”, “exceso en grasas saturadas”, “exceso en grasas totales”. Asimismo, el proyecto de ley establece un sello para advertir respecto al “exceso en calorías”, a partir del punto de corte que designe la autoridad de aplicación.



A su vez, la ley propone que aquellos productos que contengan edulcorantes deberán advertir de los mismos con una leyenda que diga: “no son recomendables para el consumo de niños” y también se obliga a declarar el contenido de azúcar en el rotulado nutricional (6).

Asimismo, el proyecto prohíbe que los alimentos y las bebidas no alcohólicas que contengan al menos un sello de advertencia incorporen información nutricional complementaria como logos o frases con el aval de sociedades científicas o asociaciones civiles, personajes infantiles, o cualquier variable que colabore en manipular información y persuadir al consumidor a comprar productos poco saludables.

A su vez otro de los ejes centrales es la protección de los entornos escolares, a través de la prohibición de venta, promoción, publicidad o patrocinio en kioscos escolares de todos los niveles, de aquellos alimentos que contengan al menos 1 sello de advertencia. Además, se promueve la incorporación de contenidos mínimos sobre educación alimentaria nutricional en todos los niveles educativos.

Existe evidencia que señala que la publicidad de alimentos tiene efecto sobre las preferencias, conducta de compra y patrones de consumo, especialmente de los NNyA, estudios realizados en el país señalan que los alimentos que se promocionan en las publicidades dirigidas a niños y niñas presentan, en la mayor parte de los casos, son ultraprocesados por ende de baja calidad nutricional(7). La industria utiliza estas estrategias para dirigirse al público infantil para generar conciencia de marca, preferencia y futura intención propia de compra (8)(9).

Los niños no solo piden los productos que ven en las publicidades de la televisión sino también en las publicidades y promociones que ven en los

supermercados y espacios públicos. Algunos estudios refieren que los regalos, y la aparición de personajes en la publicidad o en los envases, son las principales razones que impulsan el pedido de estos productos en niños y niñas. Los responsables de la compra de alimentos en los hogares, en líneas generales las madres, refieren el uso de un personaje o muñeco como técnicas efectivas para modificar la intención de compra. Esto da cuenta de cómo operan ciertas promociones, en el caso de los juguetes asociados a la compra de productos, y los alimentos como “premios”. En los grupos focales de personas de menor nivel educativo se encuentra menos problematizada la elección del alimento por la entrega de algún “premio”, lo cual es aún más preocupante (10).



Algunos estudios también demostraron que los productos saludables se perciben como más sabrosos por ende más elegidos cuando tienen premios y la percepción de saludable fue mayor cuando los alimentos saludables no los incluían (8).

Este último dato refuerza la posición de vulnerabilidad en la que se encuentran los niños pequeños, quienes son capaces de identificar a los premios, juguetes o personajes, pero no poseen aún la capacidad cognitiva para comprender que es una herramienta persuasiva del marketing.

## DESAFÍOS DE LA REGLAMENTACIÓN

El 12 de noviembre de 2021 se promulgó la Ley 27.642, con el decreto 782/2021 publicado en el Boletín Oficial, a partir de la fecha el poder ejecutivo tiene 90 días para reglamentar la ley y dictar las normas complementarias para su aplicación.

No se declararon observaciones ni aparecieron vetos desde su sanción y la reglamentación fue asignada al Ministerio de Salud, autoridad competente, esto indicaría que el panorama es alentador.

Abordar la ley desde un análisis sanitario protege los principales objetivos de la misma que es garantizar el derecho a la salud, a la información y a la alimentación adecuada.

Para la reglamentación hubo una reunión de una mesa técnica en donde participaron organismos como UNICEF, ENACOM y también otros sectores gubernamentales como Desarrollo Social y Educación. Se prevé convocar a su vez a organizaciones de la sociedad civil que tuvieron un rol activo en la discusión de la misma.

Algunas cuestiones a considerar de la Ley es la definición de aquellos productos que llamaremos ultraprocesados, procesados y mínimamente procesados, ya que existen diferentes conceptualizaciones de los mismos, y es fundamental aclararlo de manera detallada porque que el alcance de la ley depende de estos criterios, sabiendo que la ley operará sobre productos ultraprocesados.

En términos de plazos la industria tiene 180 días para comenzar a cumplimentar esta ley, tal como está estipulado en el artículo 19, entendiendo que esta implementación debería ser gradual con el objetivo de que la industria alimentaria pueda modificar algunos de sus productos para evitar que cuenten con sellos en sus envases y de esta manera ofrecer productos más saludables. A su vez la gradualidad permitiría en la etapa inicial contar con menos exigencias para que se pueda cumplimentar de manera plena de forma gradual.

También es importante que se establezcan con claridad las excepciones a esta ley, en el artículo 7 sólo está identificado “azúcar común, aceites vegetales, frutos secos y sal común de mesa”. Es necesario ampliar y construir un listado propio de las excepciones adaptadas a aquellos alimentos propios de nuestra cultura que evite las confusiones o supuestos. Otras de las cuestiones a definir es cómo se podrá incluir estos sellos en productos menores a 10 cm, como por ejemplo golosinas.

Otro de los interrogantes trascendentales en la reglamentación de la ley es de que manera se implementará el sello de advertencia del aporte energético (Kcal), ya que esta variable no está definida por el perfil de nutrientes propuesto para la OPS, decisión que deberá tomar la autoridad de aplicación, hay alimentos que son procesados pero que no contienen exceso de nutrientes críticos pero si de aporte energético por tal razón habría que definir si son o no alcanzados por la implementación de los octógonos negros (6).

Otro punto a analizar de la ley es la obligatoriedad de declarar azúcares totales de los productos, independientemente del exceso de acuerdo al perfil de OPS, ya que esto apunta a los azúcares agregados, por ende el consumidor podría también saber con claridad cuánta azúcar le agregó la industria al producto que quisiese consumir.

## CONCLUSIONES

En general en todos los países que cuentan con etiquetado frontal, la industria se adaptó, y más del 95% cumplen con lo establecido por sus normas así que es esperable que eso mismo suceda en nuestro país.

A largo plazo otras consecuencias que podría traer esta ley serían: proteger nuestros derechos, especialmente el de niños, niñas y adolescentes. En los entornos escolares, contempla firmemente la educación alimentaria en la escuela, tanto a nivel inicial, como primario y secundario; regularía la oferta de alimentos y bebidas en las escuelas no solo en los kioscos o buffets, sino también en los productos que circulan en la escuela que, a veces, el mismo Estado provee.

Poder garantizar nuestro derecho a la información para poder tomar decisiones de compra de manera informada. Los países que ya cuentan con este tipo de regulaciones, se ha visto que impacta en el momento en que la población elige; y no solamente eso sino que transforma sus decisiones de compra hacia opciones más saludables y nutritivas. Si bien esta ley no busca que la industria alimentaria reformule los productos, se ve como la población comienza a demandar que esos alimentos sean de mayor calidad nutricional, entonces así se vea obligada a mejorar la calidad nutricional de los productos que hoy están en las góndolas; para lograr que tengan menos cantidad de estos nutrientes críticos que son potencialmente dañinos para nuestra salud.



Luego analizar toda la discusión y la información recabada para debatir sobre la ley de etiquetado frontal en Argentina, podemos afirmar que hay evidencia internacional suficiente sobre cómo el etiquetado frontal de advertencia con un sistema gráfico de octágonos negros facilitó la comprensión y entendimiento de las personas, brindando información nutricional de forma clara, precisa y oportuna. Además, esta información es tenida en cuenta al momento de tomar decisiones de compra, lo cual modifica el consumo favoreciendo una disminución en la compra de productos con sellos. A su vez, se observó que la industria alimentaria reformuló los productos comestibles, mejorando la calidad nutricional de la oferta al disminuir la cantidad de nutrientes críticos (11). Como es el caso de Chile, donde se produjo un impacto positivo tanto a nivel sanitario como también a nivel industrial, generando que el sector productivo de alimentos modifique la composición de los mismos para evitar los sellos de advertencia. Se destaca principalmente la disminución en el contenido de sodio y azúcares (12).

Continuando con el análisis del caso de Chile, se pudo evidenciar que las elecciones de los consumidores se modificaron a partir de los sellos de advertencia: Disminuyó el porcentaje de calorías compradas, de azúcares, de sodio y de grasas saturadas (en distinta magnitud en cada uno de esos nutrientes) (11).

Estos antecedentes demuestran un escenario alentador para poder modificar el patrón de consumo de alimentos de baja calidad nutricional y también para generar que la industria mejore la calidad de los alimentos que ofrece. Para ello, será imprescindible garantizar que la implementación de la ley se cumpla, articulando con todos los actores involucrados, haciendo valer así el derecho a la información y el derecho a una alimentación de calidad que resulta urgente en este contexto epidemiológico.

## REFERENCIAS

1. Ministerio de Salud y Desarrollo Social de la Nación. Encuesta Nacional de Nutrición y salud. Resumen Ejecutivo. [Internet]. [citado 12 de Noviembre de 2020]. Disponible en: <https://bancos.salud.gob.ar/recurso/2deg-encuesta-nacional-de-nutricion-y-salud-resumen-ejecutivo>
2. Rapallo R, Rivera, R. Nuevos patrones alimentarios, más desafíos para los sistemas alimentarios. 2030 - Alimentación, agricultura y desarrollo rural en América Latina y el Caribe, No. 11. Santiago de Chile: FAO; 2019.
3. Organización Panamericana de la Salud (OPS). Alimentos y bebidas ultraprocesados en América Latina: tendencias, efecto sobre la obesidad e implicaciones para las políticas públicas. Washington: OPS, 2015.
4. Organización Panamericana de la Salud (OPS). Alimentos y bebidas ultraprocesados en América Latina: ventas, fuentes, perfiles de nutrientes e implicaciones. Washington: OPS; 2019.
5. Modelo de perfil de nutrients. OPS. Febrero 2017. Disponible en: [https://iris.paho.org/bitstream/handle/10665.2/18622/9789275318737\\_spa.pdf?sequence=9&isAllowed=yestudio](https://iris.paho.org/bitstream/handle/10665.2/18622/9789275318737_spa.pdf?sequence=9&isAllowed=yestudio)
6. Ley 27642. Promoción de la alimentación saludable. <https://www.boletinoficial.gob.ar/detalleAviso/primera/252728/20211112?busqueda=2>
7. Fundación Interamericana del Corazón Argentina. Informe de investigación: Publicidad de alimentos dirigida a niños y niñas en la TV argentina
8. Técnicas de marketing y rotulado facultativo en alimentos envasados: uso y efecto en preferencias y consumo en niños, niñas y adolescentes Nessier, María; Gijena, Tiscornia; Castronuovo, Luciana; Mozzoni, Agustina; Zec, Slavenska, Revista Científica Multidisciplinaria de Prospectiva, vol. 28, núm. 2, 1, 2021 Universidad Autónoma del Estado de México.
9. Sobrepeso y obesidad infantil. OMS (Organización Mundial de la Salud). (2019). Disponible en <http://www.who.int/dietphysicalactivity/childhood/es/>
10. Las madres y la publicidad de alimentos dirigida a niños y niñas: percepciones y experiencias. Castronuovo, L; Gutkowski, P; Tiscornia, V; Allemandi, L. Salud Colectiva, vol. 12, núm. 4, 2016, pp. 537-550 Universidad Nacional de Lanús Buenos Aires, Argentina

11. Jornada de legislación sobre etiquetado frontal de advertencias en Argentina. Aporte de la experiencia y la evidencia internacional. Naciones Unidas Argentina, Organización Panamericana de la Salud, FAO y UNICEF. (Septiembre 2021). <https://www.paho.org/es/documentos/documento-resumen-ejecutivo-jornada-legislacion-sobre-etiquetado-frontal-advertencias>
12. Corvalán, C., Correa, T., Reyes, M. y Paraje, G. 2021. Impacto de la ley chilena de etiquetado en el sector productivo alimentario. Santiago de Chile, FAO e INTA. <https://doi.org/10.4060/cb3298es>