

# DOSSIER BIG FOOD 2.0

CÓMO LA INDUSTRIA  
INTERFIERE EN **LAS POLÍTICAS  
DE ALIMENTACIÓN**

2024

**ACT**  
Promoção da Saúde

**idec**  
instituto de defesa  
de consumidores

## INTRODUCCIÓN

**E**l “*Dossier Big Food 2.0: cómo la industria interfiere en las políticas de alimentación*” es el segundo documento producido por ACT Promoción de la Salud y el Instituto de Defensa de Consumidores (Idec) con el objetivo de ejemplificar Acciones Políticas Corporativas (APC) y situaciones de conflicto de intereses (Col, del inglés “*Conflict Of Interest*”) utilizadas sistemáticamente para interferir en las agendas públicas de promoción de una alimentación adecuada y saludable. En él se presentan ocho casos que demuestran argumentos, tácticas y estrategias empleadas por representantes de *Big Food*, *Big Soda* y *Big Agro* para bloquear o retrasar regulaciones que promuevan dietas más saludables. Al sistematizar la información sobre las APC utilizadas por las corporaciones, es posible comprender sus mecanismos de acción y, a partir de ahí, formular propuestas para enfrentar los desafíos impuestos a la salud pública y la sostenibilidad del planeta. En este Dossier, además de los casos clásicos de interferencia en las políticas de alimentación, por el lobby y por otras estrategias que priorizan el lucro en detrimento de la salud de la población y el medio ambiente, también se evidencian casos que muestran cómo las transnacionales adaptan estrategias corporativas de acuerdo con las preocupaciones y demandas de la sociedad.

## METODOLOGÍA

**E**l *Dossier Big Food 2.0* se basó en un enfoque multimétodo, que consistió en la consulta a datos secundarios, como datos públicos de documentos oficiales del gobierno, sitios web oficiales e informes de asociaciones e industrias, artículos científicos y reportajes periodísticos, además de la realización de entrevistas semiestructuradas a expertos de la sociedad civil y la academia. En todos los casos, las APC y las situaciones de interferencia de la industria y Col fueron comprobadas a partir de documentos públicos. Para la clasificación de las APC, se utilizó una adaptación de la categorización propuesta por Ulucanlar y colaboradores (2023) , quienes, a partir de una síntesis interpretativa de 24 artículos, desarrollaron dos taxonomías: una sobre estrategias de enmarcamiento, basadas en los argumentos utilizados por la industria, y otra sobre acciones estratégicas, como acceder e influir en la formulación de políticas, usar la ley para obstruir políticas, fabricar apoyo público para posiciones corporativas, moldear evidencias para crear dudas, desplazar y usurpar la salud pública y gestionar reputaciones en beneficio corporativo.



---

1. Ulucanlar S, Lauber K, Fabbri A et al. Corporate political activity: taxonomies and model of corporate influence on public policy. *International Journal of Health Policy and Management*, 2023; 12(Issue 1): 1-22. Disponible en: <[https://www.ijhpm.com/article\\_4440.html](https://www.ijhpm.com/article_4440.html)>.



## CASO 1 • ESG: UNA ESTRATEGIA PARA PRESERVAR LA IMAGEN DE LA INDUSTRIA A PESAR DE LOS IMPACTOS SOCIOAMBIENTALES DE SUS OPERACIONES

Desde 2004, el concepto ESG (en inglés, *Environment, Social and Governance*; en español, Ambiental, Social y Gobernanza) ha ganado destaque en el mundo corporativo, incentivando a las empresas a ajustar sus prácticas para cumplir con los requisitos del mercado financiero con un modelo de gobernanza más responsable, transparente y con metas en las áreas social y ambiental. Sin embargo, a lo largo de los años, la implementación de estas prácticas ha sido criticada por no generar cambios sustanciales en la responsabilidad corporativa. En Brasil, a pesar de que muchas empresas adoptan los principios de ESG, especialmente representantes de *Big Food* como Nestlé, Ambev, BRF y JBS, existe una enorme discrepancia entre el discurso y la realidad, y las principales críticas dirigidas a las corporaciones se centran en las prácticas de *greenwashing* (maquillaje de imagen de responsabilidad ambiental) y *socialwashing* (maquillaje de responsabilidad social), así como en violaciones socioambientales que contradicen toda la narrativa representada por ESG.





## CASO 2 • TRATADO GLOBAL CONTRA LA POLUCIÓN PLÁSTICA ENFRENTA EL DESAFÍO DE LA COOPTACIÓN POR INTERESES CORPORATIVOS

**E**l plástico se considera uno de los mayores villanos del medio ambiente, que amenaza la biodiversidad y el futuro de las próximas generaciones. Grandes corporaciones de alimentos y bebidas producen miles de toneladas de envases plásticos al año y promueven acciones limitadas al reciclaje y compromisos voluntarios de sostenibilidad, insuficientes para resolver esta crisis. La Organización de las Naciones Unidas (ONU) destaca que la crisis del plástico afecta los derechos básicos de la población de vivir en un ambiente saludable y sostenible, ya que representa un riesgo para la salud, la alimentación, el acceso al agua y el saneamiento, la igualdad y la vivienda. Durante la Asamblea de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente en 2022, diversos países aprobaron una resolución para crear un Tratado Global Contra la Contaminación de Plásticos. Representantes de países, de organizaciones de la sociedad civil y de la industria del petróleo, de alimentos, bebidas y envases participan en las negociaciones, pero el poderoso *lobby* de la industria de plásticos y del petróleo ha perjudicado su progreso. Los actores de la industria priorizan argumentos centrados en el reciclaje y la reutilización del plástico, utilizando tácticas para vaciar la argumentación sobre la reducción de la producción del material, que sería el camino más viable para solucionar el problema de la polución plástica.





### CASO 3 • LA INDUSTRIA DE PRODUCTOS ALIMENTICIOS *PLANT-BASED* Y LA FALACIA DE LA SALUDABILIDAD Y LA SOSTENIBILIDAD

Es urgente la necesidad de cambios en los patrones alimentarios de la sociedad occidental, especialmente debido a los problemas de salud y ambientales asociados al consumo y la producción de productos alimenticios ultraprocesados y alimentos de origen animal. Una de las alternativas, la dieta *plant-based*, ha sido adoptada como estrategia por *Big Food* para conquistar un nuevo nicho de consumo, preocupado especialmente por cuestiones ambientales y de salud que involucran la alimentación. Sin embargo, muchos productos *plant-based* pueden clasificarse como ultraprocesados y son elaborados a partir de la misma lógica de producción y por los mismos actores que dominan el sector de la alimentación. No existe aún, en Brasil, regulación que pueda garantizar la seguridad y la comunicación clara al consumidor sobre estos productos. Aunque este mercado *plant-based* aún está en expansión en Brasil y productos como la carne cultivada aún están en fase de investigación y desarrollo, el sector productivo ya se ha organizado a través de entidades representativas para realizar *lobby* con gestores públicos. Su foco es resaltar los puntos positivos de este mercado, especialmente sobre el uso de innovación tecnológica y menores impactos ambientales, ocultando preocupaciones sobre la calidad de estos productos y las consecuencias de su consumo para la salud pública, además de no acarrear cambios significativos en el sistema alimentario en su conjunto.





## CASO 4 • LA REGULACIÓN DE ALIMENTOS EN BRASIL Y EL LOBBY DE LA INDUSTRIA DE ALIMENTOS

La Resolución de la Dirección Colegiada (RDC) n° 24 de 2010 de la Agencia Nacional de Vigilancia Sanitaria (Anvisa, Brasil) busca inhibir prácticas excesivas de la industria que lleven al público a patrones de consumo incompatibles con la salud. La norma establece requisitos mínimos para la oferta, la propaganda, la publicidad, la información y otras prácticas de divulgación y promoción comercial de alimentos como refrescos, refrescos artificiales, bebidas adicionadas con cafeína y taurina, entre otros, y obliga a las industrias fabricantes a divulgar, junto con su publicidad, información de advertencia sobre la asociación del consumo con el aumento del riesgo de diversas enfermedades como diabetes, enfermedades del corazón y caries dental. Desde su propuesta, la norma enfrentó resistencia de *Big Food*, que movilizó esfuerzos de lobby para contrarrestarla, incluso judicialmente. Este caso detalla las articulaciones y estrategias utilizadas por la industria en el intento de inhibir a Anvisa de crear e implementar la norma. Solo después de más de 13 años desde su publicación y de toda la movilización del empresariado y la sociedad civil, acciones de lobby y conflicto judicial cuestionando su validez y la competencia de Anvisa, imposibilitando su aplicación, finalmente, el 23 de julio de 2023, un parecer de la Consultoría General de la Unión (CGU, Brasil) reconoció su legalidad. Sin embargo, todo el conflicto judicial y el *lobby* empresarial impiden su aplicación hasta hoy.





## CASO 5 • EL PROYECTO DE LEY DE LAS CANTINAS Y EL LOBBY DE LA INDUSTRIA DE ALIMENTOS EN EL ENTORNO ESCOLAR

El Proyecto de Ley (PL) n° 1.662 de 2019, conocido como PL de las Cantinas, tenía como uno de los objetivos combatir la obesidad infantojuvenil en el municipio de Río de Janeiro, impidiendo el suministro de ultraprocesados a niños en las escuelas municipales públicas y privadas de la ciudad. Comenzó a discutirse en el Ayuntamiento en enero de 2020, fue aprobado por unanimidad en junio de 2023 y sancionado menos de un mes después por el alcalde Eduardo Paes (PSD-RJ). Pero incluso en el corto período de tramitación (y parte de haber pasado en medio de la pandemia de Covid-19), la aprobación de este PL fue precedida por Col de la industria de alimentos y bebidas, conciliación entre concejales y los sectores regulados e incidencia de la sociedad civil, que acompañó el tema, presión y consiguió su aprobación. Otras iniciativas similares ocurrieron en diferentes ciudades y estados brasileños y demuestran una creciente concienciación sobre la importancia de regular el entorno escolar, promoviendo hábitos alimentarios saludables desde la infancia.





## CASO 6 • NAMING RIGHTS: LA OFENSIVA DE LAS CORPORACIONES PARA APROPIARSE DE LAS CIUDADES

El fenómeno de los *naming rights* (derecho de uso del nombre) es una expresión contemporánea de la mercantilización del espacio urbano, por el cual grandes corporaciones buscan asociar sus marcas a espacios públicos a cambio de patrocinio financiero. Este modelo, que surgió en Estados Unidos en la década de 1970, llegó a Brasil en los años 1990, impulsado por asociaciones entre empresas y espacios como estadios y estaciones de metro. La práctica, sin embargo, provoca preocupaciones sobre la pérdida de la identidad cultural e histórica de los espacios, además de generar conflictos entre intereses comerciales y el bienestar público, especialmente cuando involucra productos perjudiciales para la salud, como productos alimenticios ultraprocesados. En 2021, por ejemplo, la Estación Botafogo del metro de Río de Janeiro fue renombrada a Botafogo/Coca-Cola después de la concesión de los derechos de uso del nombre a la corporación. La asociación provocó reacciones en medio de la sociedad civil y más de 50 organizaciones firmaron un manifiesto contra la venta del derecho del nombre de la estación a la industria de refrescos. Después de la presión, en noviembre de 2022, el contrato de derechos de nombre fue finalizado y la estación volvió a su nombre original, Botafogo. Aunque ofrece algún beneficio financiero (muchas veces mínimo), la práctica de *naming rights* puede resultar en una ciudad más orientada al consumo y menos a las necesidades sociales, lo que refuerza la importancia de proteger y preservar los espacios urbanos como patrimonio colectivo y cultural.





## CASO 7 • LA REFORMA TRIBUTARIA SE CONVIRTIÓ EN CAMPO DE BATALLA DE LOS LOBISTAS DE LA ALIMENTACIÓN EN BRASIL

Después de 35 años de intentos de aprobar una reforma tributaria en Brasil, en diciembre de 2023 fue promulgada por el Congreso Nacional la Enmienda Constitucional n° 132, con nuevas reglas relativas a la tributación sobre el consumo, con el objetivo de simplificar la tributación. La nueva política tributaria puede ejercer un papel importante en la construcción de un país que prioriza la promoción de la salud, pero es un campo de disputa entre los intereses de la industria alimentaria y la salud pública. A pesar de las experiencias internacionales que demuestran la efectividad de la tributación de alimentos no saludables para la salud y la economía, Brasil aún carece de una tributación específica para ultraprocesados, gracias a la interferencia de la industria. El *lobby* y la presión sobre los legisladores es intensa y tiene como objetivo mantener beneficios fiscales y evitar la tributación de estos productos. Mientras tanto, la sociedad civil, organizaciones de salud y la academia defienden la tributación selectiva para ultraprocesados y la desgravación fiscal para alimentos saludables, con el objetivo de reducir los impactos de las Enfermedades Crónicas No Transmisibles (ECNT). La reforma tributaria es una oportunidad importante para impulsar una alimentación adecuada y saludable en Brasil, pero enfrenta el desafío de conciliar los intereses privados de la industria con el bienestar de la población.





## CASO 8 • **SCALING UP NUTRITION: LOS CONFLICTOS DE INTERESES DE LAS ASOCIACIONES PÚBLICO-PRIVADAS EN LA LUCHA CONTRA LA MALNUTRICIÓN**

Entre las iniciativas globales para combatir la malnutrición está el movimiento *Scaling Up Nutrition* (SUN), lanzado en 2010 por la ONU, con el objetivo de acabar con todas las formas de malnutrición. El SUN tiene un enfoque multisectorial e involucra a diversos actores, incluidas empresas transnacionales de alimentos y fundaciones como la Bill y Melinda Gates, pero enfrenta cuestionamientos sobre la influencia de intereses comerciales y la falta de transparencia en relación con el financiamiento y la implementación de sus estrategias. También hay críticas de que el SUN no daría tanta importancia a las cuestiones estructurales en relación con la malnutrición, como la justicia social, el acceso a alimentos y la distribución de ingresos (o reparto de riqueza) para invertir en soluciones técnicas rápidas para abordar el problema, muchas veces centrándose solo en indicadores de fácil monitoreo.



## CONCLUSIÓN

**E**l Dossier demuestra, a través de ejemplos de casos, la urgencia de una transformación en el sistema alimentario dominante, dado el impacto adverso de las actividades económicas de las grandes corporaciones de alimentos, bebidas y agronegocio en la salud pública y el medio ambiente. Para efectuar este cambio, es necesaria una reestructuración del sistema alimentario, promoviendo prácticas de producción sostenibles y respetando los conocimientos de las comunidades tradicionales. Se destaca la necesidad de adoptar estrategias eficaces para monitorear situaciones de Col y minimizar las APC en la salud pública, que incluyen influir en políticas, distorsionar evidencias y gestionar reputaciones. Es responsabilidad del poder público proteger e impulsar la salud pública, incluso frente a las presiones corporativas.





**ACT**  
Promoção da Saúde

**idec**  
instituto de defesa  
de consumidores

