

La CdMx promueve Coca Cola en plena crisis de diabetes

Por: Sin Embargo. 11/12/2016

Árbol de Navidad en Zócalo causa rechazo

Las organizaciones lanzaron una petición para demandar el retiro de los anuncios publicitarios, dirigida al Jefe de Gobierno, Miguel Ángel Mancera; al Secretario de Salud, Armando Ahued; al Secretario de Educación, Mauricio Rodríguez; legisladores y otros funcionarios del Gobierno de la Ciudad de México a través de la plataforma de DoGooder. El porcentaje de diabetes a nivel nacional es de 9.2 por ciento y la Ciudad de México es la que mayor índice presenta con 12.7 por ciento. De acuerdo con la organización el Poder del Consumidor 96 mil personas mueren al año por esa enfermedad.

Activistas exigieron al Gobierno de la Ciudad de México que retire la publicidad de Coca-Cola que adorna el árbol navideño que se colocó en el centro de la plancha del Zócalo capitalino al considerar que es una forma de promover los productos de la empresa cuando apenas hace unos días se decretó una alerta epidemiológica por la diabetes en el país.

“Es inaceptable que a unas semanas de haberse declarado las emergencias epidemiológicas por obesidad y diabetes se permita la instalación del árbol de Navidad con publicidad de Coca-Cola en el Zócalo, la plaza central del país. La publicidad del producto, cuyo alto consumo se liga en nuestro país a los altos índices de obesidad y diabetes, es de una total incongruencia”, acusó Fiorella Espinosa, coordinadora de investigación en salud pública de la organización civil El Poder del Consumidor.

La organización dijo que la administración de Miguel Ángel Mancera usa como set de la empresa la plaza más importante de México.

“Es un foco de atención para los habitantes de la ciudad y los visitantes que de manera multitudinaria visitan esta plaza en la época decembrina. Es ya una costumbre llevar a los niños a tomarse una foto del recuerdo frente al árbol, quedando grabado el logo de Coca-Cola en las fotos del álbum familiar. Los logos de Coca Cola están justamente ubicados en las grandes esferas que se encuentran

en la parte inferior para quedar como parte del escenario de las fotografías”, acusó en un comunicado.

A su vez, el director del Poder del Consumidor, Alejandro Calvillo dijo que “la emergencia epidemiológica por obesidad y diabetes se explica, entre otras cosas, con la cocacolinización en que se encuentra el país. La presencia de la publicidad de Coca-Cola en el Zócalo de la ciudad es una muestra de esta cocacolinización que, en este aspecto, ha penetrado al gobierno de la Ciudad de México”, señaló Alejandro Calvillo, director de El Poder del Consumidor.

A su vez, Luis Manuel Encarnación, coordinador de la Coalición ContraPESO, cuestionó la actitud de las autoridades capitalinas frente a la alerta dada a conocer por el Gobierno federal el pasado 14 de noviembre y les exigió congruencia:

“Frente a la alerta epidemiológica enviada por el Gobierno Federal, a través de la Secretaría de Salud, es totalmente necesario que los estados y la Ciudad de México alineen sus acciones y objetivos para la prevención y la atención de la obesidad y la diabetes. Seguir favoreciendo a las empresas refresqueras, por medio de símbolos e imágenes de la vida cotidiana, está generando que la sociedad se acostumbre cada vez más a estos productos que son dañinos y que causan miles de muertes al año. Exigimos un mayor compromiso por la salud de todas y de todos, y que se retire cualquier tipo de árbol o publicidad de estas empresas”.

El Poder del Consumidor consideró que respaldar este tipo de publicidad va en contra de los avances que han comenzado a darse en políticas públicas en la capital del país a favor de la salud de los ciudadanos: el inicio de un programa de instalación de bebederos en espacios públicos; campañas como ‘Pídela y tómala’ en donde los comensales tienen acceso a agua potable gratuita en los restaurantes; “Menos sal, más salud’ que promovió el retiro de saleros en las mesas en restaurantes; el semáforo de la alimentación y la adopción del programa ‘Huerto-cocina’ en 45 escuelas públicas para que los niños puedan tener la experiencia de la siembra de vegetales y finalmente su consumo.

Y resaltaron que el porcentaje de diabetes a nivel nacional es de 9.2 por ciento y la Ciudad de México es la que el de mayor porcentaje con 12.7 por ciento.

Las organizaciones lanzaron una petición para demandar el retiro de los anuncios publicitarios, dirigida al Jefe de Gobierno, Miguel Ángel Mancera; al Secretario de Salud, Armando Ahued; al Secretario de Educación, Mauricio Rodríguez; legisladores y otros funcionarios del gobierno de la Ciudad de México a través de la

plataforma de DoGooder.

LOS MEXICANOS CREEN QUE PADECERÁN DIABETES

Una encuesta divulgada hoy reveló que el 85 por ciento de los mexicanos piensa que podría enfermar de diabetes en el futuro por su estilo de vida, su alimentación e inactividad física.

“(Los mexicanos) no acudimos al médico, salvo que nos sintamos muy enfermos”, dijo a Efe la directora del centro de opinión de la Universidad Tecnológica de México (Unitec), Adriana Rico, quien señaló que un tercio de ese 85 por ciento “no ha tomado una medida preventiva” para evitar esa enfermedad.

Ese tercio no está dispuesto a hacer nada, no acatará las indicaciones médicas y solo modificaría un poco su estilo de vida, señaló.

El sondeo, elaborado por la Unitec y la Federación Mexicana de Diabetes, distingue dos tipos de público: uno diagnosticado con diabetes y otro que manifiesta no tener la enfermedad.

El ejercicio arrojó que el 55 por ciento de la población que padece diabetes sigue el tratamiento indicado por el médico, mientras el 27 % lo hace solo cuando se siente mal.

El 19 por ciento no tiene un tratamiento médico y apenas tres de cada diez personas se mide la glucosa como lo indica el médico.

Según la encuesta, “casi la mitad de los mexicanos no toma su desayuno”, mientras que el 13 por ciento no consume verduras, básicas en una alimentación balanceada.

Un elevado porcentaje de mexicanos están preocupados por su alimentación (83 por ciento), pero cuando se trata de incluir hábitos saludables a su vida el porcentaje disminuye.

Respecto a la actividad física, el 46 por ciento no la lleva a cabo porque dice no tener tiempo, mientras que el 16 por ciento reconoce que le da flojera.

En tanto, el 45 por ciento de los entrevistados admitieron que su peso está por arriba de lo que debería y 6 de cada 10 reconocieron que su peso afecta su salud y casi la

mitad no realiza ejercicio.

Sobre otros hábitos, el 51 por ciento dijo que consume alcohol y el 32 por ciento tabaco, señaló el estudio, que reveló además que el 35 por ciento considera estar bajo estrés una buena parte del tiempo.

México declaró en noviembre pasado emergencia epidemiológica por diabetes, una enfermedad que provocó en 2015 causó 98.450 muertes, 16.000 más que en 2010, y otra por sobrepeso y obesidad, males a menudo correlacionados.

Según datos de 2012, el 9.2 por ciento de los adultos (7,2 millones de personas) eran diabéticos, pero solo una cuarta parte recibía un adecuado seguimiento.

Además, 7 de cada 10 adultos tienen problemas de sobrepeso u obesidad, situación que se replica en 1 de cada 3 de los niños y jóvenes.

La encuesta fue realizada vía telefónica en noviembre pasado e incluyó entrevistas a 474 mexicanos, 40 por ciento hombres y 60 por ciento mujeres con una edad promedio de 42 años.

Fuente: <http://www.sinembargo.mx/08-12-2016/3123694>

Fotografía: e-oaxaca

Fecha de creación

2016/12/11