



Carta pública a la cantante española Rosalía

desde la Alianza por la Salud Pública de México

Estimada Rosalía Villa Tobila:

El pasado 28 de abril de 2023, se presentó para ofrecer un concierto en la plaza principal del país, el Zócalo de la Ciudad de México, con una asistencia de 160 mil personas, destacando usted que había sido el concierto con mayor audiencia en su carrera musical. Lo anterior habla de su gran éxito en México y de su influencia en nuestra población, que representa un número importante entre sus 25.8 millones de seguidores en Instagram, 31.5 millones en TikTok, 4.6 millones en Twitter, 3.5 millones en Facebook y 10.7 millones en YouTube.

Previo a su visita y en preparación a ella, en febrero de este año, Coca-Cola lanzó una edición limitada de su refresco en versión sin azúcar con su nombre. Esta colaboración entre la refresquera y usted, fue llamada "Coca-Cola Move", incluyendo su imagen en diversas promociones del producto, acompañado de los colores rosa y negro que caracterizan la campaña. Además, tuvo un video promocional que fue difundido en redes sociales y otros medios para publicitar la bebida. Tan solo su video en colaboración con Coca-Cola, alcanzó los 62.4 millones de vistas y 6.6 millones de likes en TikTok.

Le queremos informar que México encabeza una de las tasas más altas de obesidad y enfermedades crónicas a nivel mundial, en donde mueren cerca de 150 mil personas cada año a causa de la diabetes y 220 mil por enfermedades cardiovasculares. La empresa Coca-Cola ha sido uno de los mayores opositores de las políticas alimentarias en México, implementando una serie de estrategias para evitar su adopción. Y ahora hace uso de celebridades e influencers para seguir promocionando sus productos y permeando en la población. Además, la refresquera es responsable de graves impactos en el ambiente, por ejemplo, extracción de agua en regiones con alto estrés hídrico contaminación de plásticos en tierra, océanos con daños a fauna marina y terrestre.

Este posicionamiento de marca, esta publicidad multimillonaria, sin importar las características del producto que se promoció, porque todo se vuelve un posicionamiento de la marca Coca Cola, llevó al exrelator por el derecho a la alimentación de Naciones Unidas, Oliver De Schutter, a declarar que México era un país Coca-Colonizado, relacionando esta situación con el deterioro de nuestra salud.

Derivado de lo anterior, desde la Alianza por la Salud Alimentaria, le hacemos un llamado a tomar conciencia sobre el tipo de publicidad que está realizando y las implicaciones que



tiene sobre la población, sobre todo si esto implica que sus recomendaciones o uso de imagen están enfocadas en productos que no son saludables y contribuyen a agravar los problemas de salud que vivimos en nuestro país, especialmente, nuestra infancia.

Una de nuestras organizaciones, El Poder del Consumidor -miembro de la Alianza por la Salud Alimentaria-, realizó la radiografía de producto de la "Coca-Cola" de Rosalía. El análisis realizado, muestra que entre sus principales ingredientes se encuentran edulcorantes como acesulfame K, aspartame y sucralosa, así como colorantes considerados con riesgo de cáncer (caramelo clase IV) y aditivos (benzoato de sodio) que representan un riesgo a la salud. Puede usted o su equipo contactarnos para compartirle mayor información. ([Ver radiografía de producto](#))

En nuestro país, gracias al etiquetado frontal de advertencia, el producto debe tener en el envase una leyenda precautoria que dice "contiene edulcorantes no recomendables en niños" y "contiene cafeína evitar en niños". El consumo de edulcorantes desde etapas tempranas, se ha asociado a la preferencia por alimentos y bebidas dulces, por ello tampoco se recomienda su consumo en niñas y niños. Si bien usted no se enfoca en un público infantil, su influencia en este grupo es indiscutible.

Recientemente la Organización Mundial de la Salud (OMS), lanzó sus guías sobre el uso de edulcorantes, en donde destaca que estas sustancias no son efectivas para controlar el peso a largo plazo y pueden tener efectos indeseados cuando se consumen por tiempo prolongado, incluyendo un mayor riesgo de diabetes, enfermedades cardiovasculares y mortalidad. Por ello, en las conclusiones del documento se desaconseja el uso de edulcorantes.

Derivado de lo anterior desde la Alianza por la Salud Alimentaria le hacemos un cordial llamado a tomar conciencia sobre este tipo de publicidad y sus implicaciones en la población, en especial sobre los jóvenes, las niñas y los niños, al tratarse de productos que dañan su salud.

Atentamente:

Alianza por la Salud Alimentaria



alianza por la salud alimentaria

* **La Alianza por la Salud Alimentaria** agrupa un conjunto de **asociaciones civiles, organizaciones sociales y profesionistas preocupados por la epidemia de sobrepeso y obesidad en México**, que afecta a la mayor parte de la población, y la desnutrición, que impacta a un alto porcentaje de las familias más pobres. Esta situación afecta la viabilidad sanitaria y financiera de nuestro país.

Estamos comprometidos a trabajar en el reconocimiento efectivo del derecho a la salud y los derechos de la infancia, mediante el desarrollo e implementación urgente de una **política integral de combate a la epidemia de obesidad y a la desnutrición**.

Sitio web: www.alianzasalud.org.mx