



LXIV
LEGISLATURA
H. CONGRESO DEL
ESTADO DE OAXACA

EL CONGRESO DE LA IGUALDAD DE GÉNERO

PODER LEGISLATIVO
 DEL ESTADO DE OAXACA
 LXIV LEGISLATURA

RECIBIDO
 04 MAYO 2021
 11:03 HRS

SECRETARÍA DE SERVICIOS PARLAMENTARIOS

H. CONGRESO DEL ESTADO DE OAXACA
 LXIV LEGISLATURA

MAGALY LÓPEZ DOMÍNGUEZ

Diputada

2021, AÑO DEL RECONOCIMIENTO AL PERSONAL DE SALUD
 POR LA LUCHA CONTRA EL VIRUS SARS-COV2, COVID-19

RECIBIDO
 Lec. Chérris
 04 MAYO 2021
 DIRECCION DE APOYO
 LEGISLATIVO

ASUNTO: PUNTO DE ACUERDO.

San Raymundo Jalpan, Oax., 4 de mayo de 2021

LIC. JORGE ABRAHAM GONZÁLEZ ILLESCAS,
 SECRETARIO DE SERVICIOS PARLAMENTARIOS
 LXIV LEGISLATURA CONGRESO DEL ESTADO DE OAXACA
 P R E S E N T E.

La que suscribe, diputada **MAGALY LÓPEZ DOMÍNGUEZ**, integrante del Grupo Parlamentario del Partido Movimiento Regeneración Nacional de esta LXIV Legislatura del Honorable Congreso del Estado, por medio del presente, remito para su inscripción en el orden del día de la siguiente sesión la anexa proposición con punto de acuerdo, por el cual el Congreso del Estado de Oaxaca realiza un exhorto a la titular de la Secretaría de educación Pública para eliminar la publicidad de las plataformas digitales de "Aprende en casa". Solicito sea abordado como asunto de urgente y obvia resolución.

Agradezco su atención a la presente.

ATENTAMENTE:

"EL RESPETO AL DERECHO AJENO ES LA PAZ"

Magalay López Domínguez



H. CONGRESO DEL ESTADO DE OAXACA
 LXIV LEGISLATURA
 DIP. MAGALY LÓPEZ DOMÍNGUEZ
 RITO XV
 SANTA CRUZ XOXOCOTLÁN



EL CONGRESO DE LA IGUALDAD DE GÉNERO

LXIV
LEGISLATURA
H. CONGRESO DEL
ESTADO DE OAXACA

MAGALY LÓPEZ DOMÍNGUEZ

Diputada

2021, AÑO DEL RECONOCIMIENTO AL PERSONAL DE SALUD,
POR LA LUCHA CONTRA EL VIRUS SARS-COV2, COVID-19

PROPOSICIÓN CON PUNTO DE ACUERDO
San Raymundo Jalpan, Oaxaca, 4 de mayo de 2021

C. DIP. ARSENIO MEJÍA GARCÍA
PRESIDENTE DE LA MESA DIRECTIVA
P R E S E N T E

Diputado presidente:

La que suscribe, diputada **MAGALY LÓPEZ DOMÍNGUEZ, INTEGRANTE DE LA FRACCIÓN PARLAMENTARIA DEL PARTIDO MOVIMIENTO REGENERACIÓN NACIONAL DE ESTA LXIV LEGISLATURA DEL HONORABLE CONGRESO DEL ESTADO**, con fundamento en lo dispuesto por los artículos 50 fracción I de la Constitución Política del Estado Libre y Soberano de Oaxaca, 3 fracción XXXVI y 30 fracción I de la Ley Orgánica del Poder Legislativo, 54 fracción I, 60 fracción II y 61 del Reglamento Interior del Congreso del Estado de Oaxaca, someto a la consideración de esta soberanía la siguiente proposición con punto de acuerdo, solicitando sea considerada de urgente y obvia resolución, basándome en las siguientes:

CONSIDERACIONES

El pasado 29 de abril, la asociación civil El Poder del Consumidor y la Red por los Derechos de la Infancia en México (Redim), ambas instancias integrantes de la Alianza por la Salud Alimentaria, emitieron un comunicado en el cual advirtieron que la industria alimentaria ha encontrado una oportunidad para comercializar alimentos y bebidas no saludables a través de las plataformas digitales del programa Aprende en Casa, violando los derechos a la salud y alimentación de niñas, niños y adolescentes en los espacios educativos.

El contenido central de dicho documento es el siguiente:

El programa Aprende en Casa fue lanzado por la Secretaría de Educación Pública (SEP) en el contexto de la pandemia por COVID-19 desde abril del 2020 con la finalidad de que las y los estudiantes continuaran con su educación, a través de la transmisión diaria de los contenidos educativos en canales de televisión y plataformas de internet.

Los resultados del estudio exploratorio "Exposición de la infancia a la publicidad de comida chatarra en las plataformas digitales de Aprende en Casa", realizado por El Poder del Consumidor, revelaron que por cada hora de navegación en las plataformas educativas los estudiantes observan entre uno y cuatro anuncios de alimentos y bebidas, llegando a ver en una jornada escolar hasta 20 anuncios de estos productos.

El estudio exploratorio se llevó a cabo en los meses de diciembre del 2020 y febrero del 2021, y tuvo como objetivo conocer la experiencia de estudiantes de primaria y secundaria al usar las plataformas educativas de este programa para identificar la exposición a anuncios publicitarios de alimentos y bebidas. Los principales hallazgos fueron:



Monitoreo de la plataforma digital	Resultados: exposición publicitaria de alimentos y bebidas	
	Diciembre 2020	Febrero 2021
Canal Aprende en Casa de YouTube	7 de cada 10 escolares que participaron estuvieron expuestos a anuncios de alimentos y bebidas principalmente de lácteos, refrescos, jugos, papas, galletas y comida rápida.	6 de 10 estuvieron expuestos cada día de 1 a 6 anuncios de alimentos y bebidas, principalmente de refrescos, jugos con azúcar, comida rápida, chocolates, leches y helados.
Aplicación Aprende en Casa (desarrollado por MrZ)	28.6% estuvieron expuestos principalmente a publicidad de comida rápida, bebidas azucaradas y lácteos.	22% estuvieron expuestos cada día entre 1 y 2 anuncios de alimentos y bebidas, principalmente de lácteos, bebidas azucaradas, chocolates y galletas.

Los testimonios por parte de los estudiantes que participaron en el estudio demuestran cómo es que se sienten atraídos por el tipo de publicidad a la que están expuestos en las plataformas educativas:

"No nos deben poner tantos productos de esos que no podemos consumir como refrescos, Coca-Cola con etiquetas y todo eso, porque hacen que nosotros mismos agarremos ello. Que nos pongan cosas más saludables o algo adecuado". (Estudiante de secundaria, Estado de Oaxaca, 2021).

"Yo les diría que en temas educativos deben quitar los anuncios para que no fueran una distracción para nosotros". (Estudiante de secundaria, Estado de Oaxaca, 2021).

La Organización Mundial de la Salud (OMS) ha destacado que la publicidad de alimentos de mala calidad, caracterizados por el exceso de calorías, azúcares, grasas y sodio, influyen en los gustos y preferencias a corto y largo plazo, contribuyendo al deterioro de los hábitos de alimentación.¹

Es importante resaltar que actualmente en México uno de cada tres niñas y niños en edad escolar viven con sobrepeso y obesidad,² y que una tercera parte del total de la energía que consumen proviene de refrescos, pastelillos, jugos con azúcar, cereales de caja y comida chatarra en general.³

"Las plataformas digitales educativas son los nuevos espacios de enseñanza, el estudio que realizamos en El Poder del Consumidor evidenció que en una jornada escolar regular niñas y niños ven hasta 20 anuncios de comida chatarra y bebidas azucaradas al día. Por lo que hacemos un llamado a las autoridades educativas para que protejan y garanticen el derecho a la salud y a una alimentación sana en cualquier contenido educativo oficial, sin importar la plataforma o privado que lo replique", afirmó Lilita Bahena, coordinadora de la campaña Escuelas Saludables de El Poder del Consumidor.

¹ World Health Organization. Tackling food marketing to children in a digital world: trans-disciplinary perspectives Children's rights, evidence of impact, methodological challenges, regulatory options and policy implications for the WHO European Region. 2016; Disponible en: <http://www.euro.who.int/pubrequest>

² Shamah-Levy T, Vielma-Orozco E, Heredia-Hernández O, Romero-Martínez M, Mojica-Cuevas J, Cuevas-Nasu L, Santaella-Castell JA R-DJ. Encuesta Nacional de Salud y Nutrición 2018-2019 [Internet]. Encuesta Nacional de Salud y Nutrición 2018-2019. Ciudad de México; 2020. Disponible en: https://ensanut.insp.mx/encuestas/ensanut2018/doctos/informes/ensanut_2018_informe_final.pdf

³ Marrón-Ponce JA, Sánchez-Pimienta TG, Da Costa Louzada ML, Batis C. Energy contribution of NOVA food groups and sociodemographic determinants of ultra-processed food consumption in the Mexican population. Public Health Nutr. 2018;21(1):87-93.



EL CONGRESO DE LA IGUALDAD DE GÉNERO

LXIV
LEGISLATURA
H. CONGRESO DEL
ESTADO DE OAXACA

MAGALY LÓPEZ DOMÍNGUEZ

Diputada

2021, AÑO DEL RECONOCIMIENTO AL PERSONAL DE SALUD,
POR LA LUCHA CONTRA EL VIRUS SARS-COV2, COVID-19

Los espacios digitales en los que se difunden los contenidos del programa Aprende en Casa se han convertido en los nuevos espacios de enseñanza, asimilables legalmente a los planteles educativos. Por lo que estos deben protegerse bajo los mismos estándares de la Ley General de Educación, la cual prohíbe todo tipo de publicidad en los centros educativos, incluida la publicidad de alimentos con bajo valor nutritivo cuya venta estaría prohibida dentro de las escuelas.⁴

Al respecto, Javier Zúñiga, coordinador del Área Legal de El Poder del Consumidor, afirmó que: "En el contexto de la pandemia, los espacios virtuales, ya sea mediante canales de difusión de materiales educativos como las plataformas de aprendizaje, deben ser equiparados a los nuevos salones de clase. Por lo cual, es obligación tanto de la SEP como de los particulares respetar las prohibiciones de exhibir publicidad a las niñas, niños y adolescentes. Es necesario que lo que muestra el estudio (una sobreexposición a la publicidad de comida chatarra a los y las menores) se entienda como una violación a sus derechos a la salud, alimentación y educación".

Por su parte, Juan Martín Pérez, director ejecutivo de la Red por los Derechos de la Infancia en México (Redim), declaró: "Resulta fundamental recordar que los contenidos curriculares, así como aquellos que aparecen en los entornos educativos (presenciales y virtuales), forman parte de la provisión de servicios educativos que deben ser comprendidos como la garantía del derecho a la educación, pero también a los derechos a la salud y a la alimentación en un sentido de integralidad entre éstos. Visto así, no se trata de un asunto adjetivo o al margen de los contenidos, sino consustancial a la experiencia educativa que actualmente viven millones de niñas, niños y adolescentes en el país. La progresividad en la protección y garantía de derechos es la clave de comprensión para ubicar que es deber del Estado mexicano regular también esta actividad publicitaria, pues desatender esta tarea podría implicar algún grado de regresividad en los avances logrados. En un país con altos índices de obesidad y sobrepeso infantil, acciones como esta pueden representar una importante labor de prevención en la profundización de este problema".

El Poder del Consumidor hizo llegar a la titular de la SEP, la maestra Delfina Gómez, el pasado 21 de abril una carta para hacer de su conocimiento los resultados del estudio, así como las siguientes recomendaciones para proteger la salud de niñas, niños y adolescentes:

- Restringir toda la publicidad de productos en las plataformas y contenidos educativos oficiales y, de manera especial, de alimentos y bebidas no saludables.
- Prohibir las diversas prácticas publicitarias dirigidas a los infantes por medio de cualquier contenido oficial educativo.
- Garantizar el acceso y contenido educativo en plataformas digitales oficiales de Aprende en Casa para educación secundaria y bachillerato.
- Asegurar impartir contenidos y transmitir mensajes que fomenten hábitos de vida saludable.
- Incorporar contenido en materia de derechos de la infancia a la información, y las afectaciones del consumismo y la publicidad en la sociedad.

No falta razón al planteamiento de la Alianza por la Salud Alimentaria, coalición de 35 asociaciones civiles, organizaciones sociales y profesionales preocupados por la epidemia de sobrepeso y obesidad en México. Como la suscrita ha señalado en

⁴ Ley General de Educación, artículos 75 y 170, fracción VIII.



EL CONGRESO DE LA IGUALDAD DE GÉNERO

LXIV
LEGISLATURA
H. CONGRESO DEL
ESTADO DE OAXACA

MAGALY LÓPEZ DOMÍNGUEZ

Diputada

2021, AÑO DEL RECONOCIMIENTO AL PERSONAL DE SALUD,
POR LA LUCHA CONTRA EL VIRUS SARS-COV2, COVID-19

ocasiones anteriores, de acuerdo con la Encuesta Nacional de Salud y Nutrición de Medio Camino, cuyos resultados fueron dados a conocer en 2016 por el Instituto Nacional de Salud Pública, uno de cada tres menores en México vive con obesidad. Un estudio de 2015 da cuenta de que uno de cada dos menores de nuestro país a partir de 2010, desarrollará diabetes a lo largo de su vida si no se toman medidas urgentes de prevención. Además, un niño o niña con obesidad tiene 80% de probabilidad de seguir padeciéndola en la edad adulta, de acuerdo con la Encuesta Nacional de Salud y Nutrición 2018-2019, y con el estudio *Energy contribution of NOVA food groups and sociodemographic determinants of ultra-processed food consumption in the Mexican population*.⁵

La obesidad infantil no es sólo causada por malos hábitos individuales de consumo, sino el resultado de un entorno que promueve la obesidad, de acuerdo con la FAO. Es a lo que se conoce como ambiente obesogénico, que es definido como un entorno caracterizado por la baja disponibilidad y acceso a alimentos saludables, mientras que los productos chatarra son fáciles de conseguir y consumir. La exposición a estos entornos crea hábitos no saludables que contribuyen al aumento de peso, de acuerdo con el estudio *Dissecting obesogenic environments: The development and application of a framework for identifying and prioritizing environmental interventions for obesity*.⁶

De acuerdo con la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO), en la mayoría de las ocasiones, las escuelas constituyen un ambiente en el que se propician hábitos no saludables, como el consumo de productos ultraprocesados, el bajo consumo de verduras y frutas, la limitación al consumo de agua simple, entre otros. Actualmente, según un estudio del Instituto Nacional de Ciencias Médicas y Nutrición "Salvador Zubirán", 26% de las y los menores que ingresan a primaria tienen sobrepeso u obesidad, que aumenta a 39.2% en quinto grado. Esto hace evidente que el entorno escolar incide en la mala alimentación de niñas y niños.

Sin embargo, las escuelas también pueden ser el espacio preciso para crear hábitos sanos de alimentación y proteger los derechos de la niñez relacionados con la salud alimentaria. Organismos internacionales como la Organización Panamericana de la Salud (OPS) en su Plan de acción para la prevención de la obesidad en niños y adolescentes, Washington, Estados Unidos, 2014 y la exposición de la FAO en el documento *Influir en los entornos alimentarios para garantizar dietas saludables*; Roma, Italia, 2016 coinciden en que las escuelas pueden ser un escenario idóneo para promover y fomentar buenos hábitos alimentarios desde la niñez.

Consideramos que los recursos tecnológicos instrumentados por el Gobierno de México para atender la educación de niñas y niños en el contexto de la pandemia, deben ser

⁵ Marrón-Ponce JA, Sánchez-Pimienta TG, Louzada MLDC, y Batis C., publicado en 2018 Public Health Nutrition, de la Universidad de Cambridge (pp. 87-93).

⁶ Swinburn B, Egger G, y Raza F.



tomados como una extensión de la escuela, y por tanto en ellos deben aplicarse también los criterios que rigen los espacios educativos físicos. Por ello, esta proposición plantea exhortar respetuosamente a la Secretaría de Educación Pública a garantizar que los espacios educativos en línea en los que se exhiban los contenidos oficiales estén completamente exentos de publicidad, especialmente de aquella destinada a promover el consumo de bebidas azucaradas y alimentos envasados de alto contenido calórico.

En razón de lo expuesto, someto a consideración de esta Soberanía, solicitando que se trate con el carácter de **urgente y obvia resolución**, el siguiente:

ACUERDO

ÚNICO. El Congreso del Estado de Oaxaca exhorta respetuosamente a la titular de la Secretaría de Educación Pública, profesora Delfina Gómez Álvarez, a que con el fin de resguardar el derecho a la salud de niñas, niños y adolescentes de México, la dependencia a su cargo garantice que las plataformas y los espacios educativos en línea en los que se exhiban los contenidos oficiales del programa "Aprende en casa" estén completamente exentos de publicidad, especialmente de aquella destinada a promover el consumo de bebidas azucaradas y alimentos de alto contenido calórico.

SUSCRIBE:



EL CONGRESO DEL ESTADO DE OAXACA
LXIV LEGISLATURA
DIP. MAGALY LÓPEZ DOMÍNGUEZ

DISTRITO XV
SANTA CRUZ XOXOCOTLÁN

Palacio Legislativo de San Raymundo Jalpan, Oax., 4 de mayo de 2021.