



**RED POR UNA AMERICA LATINA
LIBRE DE TRANSGENICOS**

BOLETÍN N° 936

LOS POSIBLES "GRUPOS FACHADAS" DE LA INDUSTRIA ALIMENTICIA

Estudio de caso de las comunicaciones sobre nutrición del Consejo Internacional de Información Alimentaria IFIC

Fuente:

Steele S., Sarcevic L., Ruskin G. & Stuckler D. (2022). Heal Confronting potential food industry 'front groups': case study of the international food information Council's nutrition communications using the UCSF food industry documents archive. *Globalization and Health*. Volume 18, Article number: 16

De acuerdo a su sitio web, el IFIC es una "organización de investigación del consumidor y educación sin fines de lucro, que comunica información basada en evidencia sobre la salud, los patrones dietéticos, la seguridad de los ingredientes y la producción agrícola. Nuestra visión es un entorno global donde la ciencia confiable impulsa las decisiones alimentarias."¹

El IFIC comprende dos entidades legales con sede en Estados Unidos: una asociación comercial y un brazo educativo, que se creó en 1991 llamado Fundación IFIC.

El sitio web principal de IFIC², informa que no habla por, ni representa a 'ninguna empresa, industria, producto o marca', y afirma que reúne y trabaja con profesionales de la salud y la nutrición, educadores, funcionarios gubernamentales y la industria agrícola, de alimentos y bebidas profesionales.

Sus fuentes de financiamiento son múltiples, pero no están ampliamente divulgadas, con borradores de documentos del Servicio de Impuestos Internos que muestran que anteriormente recibió contribuciones de PepsiCo, Mars Inc., Kraft, Monsanto y TCCC, entre otras entidades alimentarias y agrícolas.

¹ <https://ifc.org>

² foodinsights.org



Los investigadores Sarah Steele, Lejla Sarcevic, Gary Ruskin y David Stuckler se propusieron estudiar el caso del Consejo Internacional de Información Alimentaria (IFIC, por sus siglas en inglés) y su Fundación asociada, explorando sus motivaciones y el potencial de influencia de la industria en las comunicaciones en torno a la ciencia nutricional. Esta investigación se hizo en medio de una creciente desconfianza del público en la ciencia, incluidas las preocupaciones de que los intereses creados están corrompiendo lo que sabemos sobre nuestros alimentos,

Los investigadores realizaron unas búsquedas sistemáticas en el archivo de documentos de la industria alimentaria de la Universidad de California en San Francisco, en busca de todos los documentos relacionados con IFIC, que luego se evaluaron temáticamente usando un modelo de influencia de comunicación científica.

Ellos identificaron 75 documentos que evidencian que personas destacadas con largas carreras en la industria alimentaria consideran que IFIC está diseñado para: 1) avanzar en los objetivos de relaciones públicas de la industria; 2) amplificar los mensajes de las organizaciones de investigación financiadas por la industria; y 3) presentar a los expertos aprobados por la industria ante la prensa y los medios, de manera que se oculten los aportes de la industria.

Las comunicaciones de IFIC han sido durante mucho tiempo una fuente de controversia. Recientemente, Bellatti y sus colegas han denunciado que IFIC y su Fundación asociada, son un "grupo de fachada", por la forma cómo se ha manifestado enérgicamente en contra del papel del azúcar y las bebidas azucaradas en las epidemias de obesidad. En términos más generales, sugieren que IFIC promueve una representación sesgada de la evidencia, difundiendo solo investigaciones que son favorables para la industria. Argumentan que la aparente credibilidad del IFIC puede llegar a la prensa, a los formuladores de políticas y al público en general, mientras que sus financiadores subyacentes no pueden hacerlo debido a sus intereses contrapuestos.

Los investigadores presentan secuencialmente los tres dominios principales de influencia potencial:

Dominio 1: generación o suma de evidencia. Ellos encontraron evidencia de que IFIC busca difundir investigaciones, conocimiento o orientaciones ampliamente y a audiencias diversas, en consonancia con los objetivos tanto de IFIC y de su Fundación. Sin embargo, en el 41% de los documentos parecía estar influenciados por líderes de la industria y en formas que serían favorables para la industria.

Dominio 2: influencia sobre los organismos y organizaciones de salud pública. Un poco más de la mitad de los documentos detallan las



colaboraciones del IFIC con otros organismos y organizaciones. Aunque hubo evidencia de que el IFIC se asoció con organizaciones de salud pública prominentes, estas no pudieron establecerse como favorables o desfavorables para las posiciones de la industria. Por ejemplo, IFIC trabajó con los Institutos Nacionales de Salud para ser coautor y copatrocinador de folletos de asesoramiento sobre salud y dieta pública, incluida la "Guía para una mejor salud para adolescentes". También se incluyó en un estudio de los títulos de la Clínica Mayo "La aptitud cardiorrespiratoria moderada se asocia positivamente con la tasa metabólica en reposo en adultos jóvenes". Sin embargo, los documentos revelan que los líderes de la industria consideraban que IFIC desempeñaba un papel estratégico en las comunicaciones científicas.

Dominio 3: el cultivo de relaciones con los formuladores de políticas y líderes de opinión. Las presentaciones del "Formulario 990" de IFIC al Servicio de Impuestos Internos tanto para la entidad matriz como para la Fundación sugieren que comunicarse con "funcionarios gubernamentales" es parte de sus actividades principales.

Los hallazgos de los investigadores tienen implicaciones importantes para IFIC en lo que respecta a su posición como una organización líder en comunicaciones sobre nutrición.

Ellos encontramos evidencia de que algunas figuras de la industria ven a IFIC con la capacidad de convocar a expertos que son favorables a la industria, y en ocasiones de consolidar evidencias que podrían ser una defensa a un producto, especialmente cuando los medios o la cobertura de prensa o los estudios académicos están surgiendo que contener afirmaciones desfavorables sobre los ingredientes.

Si bien IFIC sostiene que su función es simplemente promover la información científica, ellos encontraron más de un caso, entre los documentos de la industria, que sugieren que actúa para organizar la información en una "ciencia de consenso" sobre "temas de gran impacto" que es específicamente favorable para las empresas.

También descubrieron que IFIC desempeña una "función de refutación" en los debates públicos, especialmente cuando se le pide que impulse una defensa de los ingredientes o productos cuando se ha producido una prensa negativa. Los principales actores de la industria ven a IFIC como una "hermana de ILSI", ya que es fundamental para promover contenidos favorables a la industria, en la defensa de los productos que enfrentan una prensa potencialmente negativa, como el aspartamo.

Ellos argumentan que las comunicaciones de IFIC y su Fundación deben verse como actividades de marketing y relaciones públicas para la industria alimentaria.



Los investigadores observaron que en algunos casos se hicieron esfuerzos para ocultar y diluir los vínculos de la industria asociados con IFIC de la vista del público. Los casos que sugieren que IFIC comunica los contenidos producidos por la industria y otras organizaciones financiadas por la industria como ILSI, generan preocupaciones porque se evidencia que hay intereses creados.

El papel de IFIC en la coordinación y colocación de aliados de la industria en los medios de prensa tradicionales y en línea, para superar los desafíos científicos, legislativos, regulatorios y de relaciones públicas globales de la industria, también genera preocupaciones porque pueden frustrar la implementación de medidas efectivas de salud pública y seguridad.

Los investigadores concluyen que los resultados obtenidos en su trabajo, deben interpretarse como que el IFIC es parte de la estrategia de marketing de la industria alimentaria, y que la comunicación científica efectiva puede verse ofuscada por conflictos de intereses no declarados.

Los investigadores señalan que cada vez hay más preocupaciones de que la confianza del público en la ciencia se está erosionando. Las razones son múltiples, que van desde las declaraciones de políticos populistas que repetidamente desinforman al público, así como una disminución en la alfabetización científica y las habilidades numéricas entre el público en general

En algunos casos, la información errónea puede deberse a errores benignos o surgir de una falta general de consenso científico. En otros, la difusión de información errónea puede ser deliberada, a veces denominada "desinformación", como cuando grupos poderosos buscan poner en duda la evidencia científica o promover una visión pseudocientífica para aumentar sus ganancias.

Lo que es particularmente desafiante acerca de la desinformación es que quienes la difunden a menudo buscan ocultar su participación, tomando como ejemplo las actividades pasadas de la industria tabacalera. Esta industria utilizó varios grupos a distancia para confundir a la ciencia en la mente del público sobre los impactos del tabaco en la salud, a fin de frustrar la regulación y continuar vendiendo productos, durante muchas décadas.

De hecho, estudios previos sobre los determinantes comerciales de la salud han revelado cómo los intereses creados pueden intentar encubrir su papel en varios dominios de las comunicaciones de salud pública. Un análisis de los tweets de cigarrillos electrónicos descubrió que se usaban bots financiados por la industria, que parecían ser personas comunes y corrientes, para hacer eco y amplificar evidencia falsa que se oponía a la regulación

Conclusiones



Los investigadores concluyen que es necesario mejorar los sistemas y la transparencia en torno a la actividad de comunicación científica, para gestionar complejos conflictos de intereses velados, especialmente aquellos de entidades financiadas por la industria como IFIC.

Para empezar, siguiendo prácticas de buena gobernanza, el IFIC podría divulgar públicamente en su sitio web los fondos que recibe, incluidos los contribuyentes, los montos y el/los propósito/s. Hasta entonces, se establece la suposición que IFIC actúa como un agente de la industria alimentaria y no puede asociarse con organizaciones internacionales de salud hasta que haya pruebas sólidas disponibles para demostrar que se han abordado dichos conflictos de intereses.

Este estudio de caso de IFIC agrega una dimensión crítica a la literatura sobre los determinantes comerciales de la salud. De acuerdo con la investigación existente sobre los determinantes comerciales de la salud, ellos encontraron que los patrocinadores corporativos subyacentes pueden emplear a terceros como IFIC para influir en la percepción y regulación de sus productos, así como para enturbiar el agua para llevar a una percepción de que las evidencias no son claras para apoyar la regulación; una actividad que sabemos fue bien desplegada por la industria tabacalera

Más información se puede encontrar en:

<https://docs.google.com/spreadsheets/d/1XDdgVasVM0euqQ8VTgdk8vvgYX-18DF4BBYpGmmZU6c/edit?usp=sharing>