



PROYECTO DE LEY QUE PROHÍBE LA PUBLICIDAD, PROMOCIÓN Y PATROCINIO DE PRODUCTOS DE PROTEÍNA ANIMAL PROCESADA, POR SU COMPROBADO EFECTO CANCERÍGENO

I.- ANTECEDENTES GENERALES

En 2015¹, la Agencia Internacional para la Investigación sobre el Cáncer (IARC), órgano dependiente de la Organización Mundial de la Salud (OMS), clasificó a las carnes procesadas en el “Grupo 1: Carcinógeno para los seres humanos” el grupo más peligroso de los 5 grupos que la IARC utiliza.

Esta clasificación significa que hay evidencia suficiente de que el consumo de estos productos causa cáncer, en particular cáncer colorrectal, pero también hay asociaciones con cáncer gástrico y de páncreas.

“Comer 50 gramos de carne procesada por día —alrededor de dos lonchas de tocino— incrementa el riesgo de cáncer colorrectal en un 18%.” (IARC, Volumen 114, 2018)

El consumo habitual de carnes procesadas puede contribuir al desarrollo de cáncer a

¹<https://www.who.int/news-room/questions-and-answers/item/cancer-carcinogenicity-of-the-consumption-of-red-meat-and-processed-meat>



través de varios mecanismos biológicos:

- Formación de compuestos cancerígenos durante el procesamiento: técnicas como el curado, ahumado o salazón pueden generar sustancias como las aminas heterocíclicas (HCA) y los N-nitrosocompuestos (NOC), ambos reconocidos por su potencial cancerígeno.
- Modificación del microbioma intestinal: la exposición repetida a estos compuestos puede alterar la composición y función del microbioma, generando un entorno más propenso al desarrollo de enfermedades.
- Inflamación crónica: la combinación de compuestos tóxicos y disbiosis intestinal puede activar respuestas inflamatorias persistentes, creando un terreno biológico favorable para la iniciación y progresión del cáncer.

II.- LA INCIDENCIA DEL CÁNCER EN CHILE

Según el estudio “A snapshot of cancer in Chile II: an update on research, strategies and analytical frameworks for equity, innovation and national development”, en las últimas décadas, el cáncer se ha consolidado como la principal causa de muerte en Chile, superando a las enfermedades cardiovasculares desde 2019. Este cambio está asociado al aumento de la esperanza de vida —de 32 años en 1900 a más de 70 en la actualidad— y a la transición epidemiológica global, donde las enfermedades no transmisibles, como el cáncer, ganan protagonismo.

En 2022, Chile registró 59.876 nuevos casos y 31.440 muertes por cáncer, siendo los más frecuentes el de próstata, colorrectal y estómago en hombres, y el de mama, colorrectal y pulmón en mujeres. Las proyecciones indican que los casos aumentarán un 75 % al año 2040, impulsados por el envejecimiento poblacional y la adopción de



estilos de vida más occidentalizados.

Mientras algunos tipos como el cáncer gástrico o vesicular han mostrado una estabilización o disminución —gracias a mejoras en higiene, refrigeración de alimentos y políticas públicas como el plan AUGE-GES—, otros como el cáncer colorrectal, pancreático, hepático y renal han aumentado.

Desde una perspectiva de salud pública, los esfuerzos de prevención deben centrarse en tres ejes fundamentales: la promoción de una alimentación saludable, la prevención del consumo de sustancias nocivas y el fomento del deporte y la actividad física. Estas líneas de acción permiten abordar de manera integral los factores que inciden en el desarrollo de enfermedades crónicas como el cáncer. Este proyecto se enmarca en el primero de estos ejes —la alimentación— abordando el consumo de carnes procesadas, cuya relación con el cáncer ha sido reconocida por organismos internacionales como la OMS. Intervenir en esta dimensión no solo es una medida más eficaz y costo-efectiva que tratar la enfermedad una vez desarrollada, sino también una opción más ética y sostenible para proteger la salud de la población.

III.- JUSTIFICACIÓN JURÍDICA Y ÉTICA

La Constitución Política de la República de Chile, en su artículo 19 N° 9, garantiza el derecho a la protección de la salud, y en el N°1, el derecho a la vida e integridad física. El Estado tiene el deber de proteger a la población frente a amenazas prevenibles, como el consumo de productos reconocidos como cancerígenos por la OMS, aplicando el principio de precaución.

Este principio ha sido recogido en leyes previas como la Ley de Tabaco (N° 19.419) y la Ley de Etiquetado de Alimentos (N° 20.606), que reconocen el deber del Estado de intervenir para proteger la salud pública frente a riesgos graves y plausibles, aun sin



certeza absoluta.

Este proyecto no prohíbe el consumo ni la venta de carnes procesadas, pero sí restringe su promoción mediante publicidad, patrocinio y otras estrategias de marketing, especialmente para proteger a públicos vulnerables como niños, niñas y adolescentes.

IV.- PROTECCIÓN DE LA INFANCIA

Diversos estudios en América Latina demuestran que la publicidad de alimentos ultraprocesados influye directamente en las preferencias y patrones de consumo de niñas y niños desde edades tempranas. Se ha encontrado que durante la programación infantil en televisión, hasta un **19,9 % de los anuncios** corresponden a productos ultraprocesados, una proporción incluso mayor que en horas dirigidas al público general.

UNICEF y la Organización Panamericana de la Salud (OPS) han advertido que esta publicidad constituye una forma de explotación de la vulnerabilidad cognitiva infantil, ya que los menores no poseen la capacidad para distinguir plenamente contenido informativo de contenido persuasivo.

En Chile, la Ley N° 20.606 fue un paso significativo para regular esta problemática, limitando la publicidad de alimentos altos en azúcar, grasa o sodio dirigidos a menores de 14 años. A pesar de ello, esta legislación no incluye a las carnes procesadas, pues se basa en criterios nutricionales y no toma en cuenta su potencial carcinogénico según la clasificación del IARC/OMS.

V.- INFORMACIÓN VERAZ Y NO ENGAÑOSA

El derecho a la información es un componente esencial de la protección de los consumidores, particularmente cuando se trata de productos cuyo consumo está



asociado a efectos nocivos comprobados para la salud. La Ley N° 19.496, sobre Protección de los Derechos de los Consumidores, establece en su artículo 28 que toda publicidad debe ser veraz, comprobable y no inducir a error o engaño. Sin embargo, el marketing de carnes procesadas omite sistemáticamente su clasificación como cancerígenas por parte de la OMS, lo que constituye una forma de omisión engañosa.

Este proyecto busca subsanar esa falta de transparencia exigiendo que los envases de estos productos incorporen advertencias sanitarias visibles, siguiendo el mismo principio aplicado a los cigarrillos, los alimentos altos en sodio o las bebidas azucaradas.

VI.- LEGISLACIÓN COMPARADA

1. Francia: El Código de Salud Pública² impone restricciones a la publicidad de alimentos con bajo valor nutricional: “Toda publicidad de alimentos procesados en televisión debe incluir mensajes como “evite picar entre comidas”.

2. Reino Unido: Desde 2022³ Se prohíbe la publicidad de alimentos altos en grasa, azúcar y sal (HFSS) en televisión e internet antes de las 21:00 horas.

Se aplica a muchos productos cárnicos procesados por sus niveles de sodio y grasas saturadas.

3. México: Etiquetado frontal⁴ de advertencia obligatorio desde 2020.

Prohíbe el uso de personajes animados en productos con sellos, muchos de ellos cárnicos procesados.

4. Brasil: La Guía Alimentaria Nacional (Ministerio de Salud,⁵ 2014) recomienda evitar productos cárnicos procesados.

ANVISA restringe la publicidad engañosa de alimentos con ingredientes

²<https://www.eurojuris.fr/categories/publicite-marketing-8400/articles/les-mentions-sanitaires-dans-la-publicite-alimentaire-6291.htm>

³<https://www.gov.uk/government/collections/less-healthy-food-or-drink-advertising-and-promotions-restrictions>

⁴ <https://www.canacinastraens.org/nom-051/>

⁵<https://www.obesityactionsotland.org/campaigns-and-policy/international-learning/brazil/accountability-matters-restricting-advertising-of-unhealthy-food-in-brazil>



ultraprocesados.

5. Chile: Ya existen modelos legislativos exitosos: la Ley de Tabaco: prohibición de publicidad, advertencias sanitarias, restricción de patrocinio y la Ley de Etiquetado:⁶ advertencias frontales con diseño uniforme.

El presente proyecto adapta elementos de ambas leyes y aplica criterios similares, dados los riesgos cancerígenos comprobados.

6. Compatibilidad con el Derecho Internacional

Chile ha suscrito tres tratados internacionales que respaldan esta propuesta:

- Pacto Internacional de Derechos Económicos, Sociales y Culturales: derecho al más alto nivel de salud (art. 12).
- Convención sobre los Derechos del Niño: protección frente a información perjudicial (art. 17).
- Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), especialmente el ODS 3: "Garantizar una vida sana y promover el bienestar para todos"

VII.- OBJETO O IDEA MATRIZ DE LA LEY

La presente ley tiene por objeto proteger la salud pública y el derecho a la información de los consumidores, mediante la prohibición de la publicidad, promoción y patrocinio de productos de proteína animal procesada, en razón de su clasificación como agentes cancerígenos para los seres humanos por parte de la Agencia Internacional para la Investigación sobre el Cáncer (IARC), dependiente de la Organización Mundial de la Salud (OMS). Asimismo, establece la obligación de incluir advertencias sanitarias visibles en el etiquetado de dichos productos.

Por lo anteriormente expuesto, las diputadas y diputados firmantes, proponen el siguiente:

⁶ <https://www.bcn.cl/leychile/navegar?idNorma=1041570>



PROYECTO DE LEY

Que Prohíbe la publicidad, promoción y patrocinio de productos de proteína animal procesada por su comprobado efecto cancerígeno y establece exigencias de advertencia sanitaria.

Artículo 1. Para los efectos de esta ley, se entenderá por:

a) Proteína animal procesada: todo producto alimenticio de origen animal que ha sido transformado mediante procesos como el curado, salazón, ahumado, fermentación o similares, con el propósito de mejorar su sabor o prolongar su conservación. Se incluyen, entre otros, productos como salchicha, jamón, tocino, charqui, nuggets, salame, mortadela, longanizas y cualquier otro embutido cárnico.

b) Publicidad: toda forma de comunicación, recomendación o acción con el objetivo, directo o indirecto, de promover el consumo de un producto.

c) Promoción: cualquier mecanismo destinado a incentivar la compra mediante concursos, sorteos, regalos, ofertas u otras formas similares.

d) Patrocinio: cualquier contribución de una empresa a actividades, eventos, individuos o medios de comunicación con el fin de promocionar directa o indirectamente sus productos.

Artículo 2. Prohíbese la publicidad de productos de proteína animal procesada en medios impresos, digitales, audiovisuales, plataformas en línea y vías o espacios públicos, así como en transporte público e instalaciones privadas de acceso público.

Artículo 3. Prohíbese la publicidad, promoción y patrocinio de estos productos en establecimientos educacionales de nivel pre-básico, básico, medio, superior y técnico profesional, eventos deportivos, actividades dirigidas a menores de 18 años, y en todo



espacio físico, virtual, contenido o formato que los tenga por audiencia objetivo.

Artículo 4. Todo envase o empaque de productos de proteína animal procesada deberá contener, de manera visible y clara, una advertencia sanitaria con el siguiente texto: “El consumo frecuente de este producto puede causar cáncer”. Esta advertencia deberá estar ubicada en la cara frontal del envase, cubrir al menos un 15% de dicha superficie y ser legible, con colores contrastantes y sin elementos distractores.

El formato, diseño, idioma y demás especificaciones técnicas serán definidos mediante el Reglamento Sanitario de Alimentos del Ministerio de Salud.

Artículo 5. El cumplimiento de esta ley será fiscalizado por la autoridad sanitaria competente, de conformidad con lo establecido en el Código Sanitario y demás normas que regulen sus facultades.

Artículo 6. Las infracciones a sus disposiciones serán sancionadas conforme al procedimiento y sanciones contempladas en el Libro Décimo del Código Sanitario.

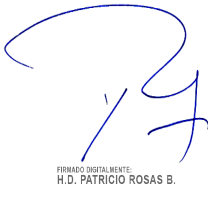


H. D. MARISELA SANTIBÁÑEZ NOVOA





FIRADO DIGITALMENTE:
H.D. MARISELA SANTIBÁÑEZ N.



FIRADO DIGITALMENTE:
H.D. PATRICIO ROSAS B.



FIRADO DIGITALMENTE:
H.D. FRANCESCA MUÑOZ G.



FIRADO DIGITALMENTE:
H.D. HELIA MOLINA M.

