

Osasunaren determinante komertzialak

Commercial determinants of health

Maria Unsain Mancisidor

Hernaniko Osasun Zentroko Pediatria

unsainm@gmail.com

Laburpena

Osasunaren determinante sozialak pertsona oro jaio, hazi, hezi, lan egin eta bizi diren baldintzek osatzen dituzte. (1) Osasunaren determinante komertzialak (ODK) konkretuki, aktore komertzialek giza osasunean eta desberdintasun sozialetan eragiteko erabiltzen dituzten praktika edo sistemak dira. (1)

Merkataritzak eta industriak positiboki eragin dezakeen arren, geroz eta ebidentzia gehiago dago industriaren produktu eta praktika askok, gizakion osasunean eta ingurugiroan kalteak sortzen dituztela. (4) (5)

Industria kaltegarri gutxi batzuek, mundu-mailan osasun-arazo ugari sortu dituzte, gaixotasun kroniko ez-transmitigarrien gorakada nabarmena eta larrialdi klimatikoa, besteak beste. (3)(5)

Gaixotasun kroniko ez-transmitigarriak munduko heriotzen %74aren (OME 2023) eta Europako heriotzen %90aren (OME 2021) erantzule dira. (2) Lau industria sektore dira eragile nagusiak: alkohola, tabakoa, elikagai ultraprozesatuak eta erregai fosilak. Dena den, ez-kaltegarritzat jotzen diren beste industria batzuek ere, osasun-kalteak sor ditzakete estrategia berdinak erabiliz (sare sozialek osasun mentalean, adibidez). (3)(5)

Lan honen helburua industria transnazionalak sortu duten sistema patologikoa ikusaraztea da, industria kaltegarriek beraien etekina giza osasunaren eta ingurugiroaren aurretik jartzen baitute estrategia ugariaren bitartez. (3)(5) Lan honetan, honi aurre egiteko hainbat kontrol-neurri proposatzen dira.(7)

Gako-hitzak: Osasunaren determinante sozialak; Osasunaren determinante komertziala; Gaixotasun kroniko ez-transmitigarriak; elikagai-industria; tabako-industria; industria farmazeutikoa

Abstract

The social determinants of health are the conditions in which people are born, grow, work, live, and age. Commercial determinants of health are a key social determinant, and refer to the strategies and practices carried by commercial actors that affect health. (1) Although commercial entities can contribute positively to health and society, there is growing evidence that the products and practices of some commercial actors can affect human and planetary health. (1)

Unhealthy commodity industries have driven many of the world's greatest health problems, such as the increase of chronic non-communicable diseases and the climate emergency. (4) (5)

Chronic non-communicable diseases are responsible for 74% of deaths worldwide (WHO 2023) and 90% in Europe (WHO 2021). (2) Four industries are the main players: alcohol, tobacco, ultra-processed foods and fossil fuels. However, other industrial sectors, previously considered as harmless, can also cause health damage (for example, social media on mental health). (3)(5)

The aim of this work is to show the pathological system created by the transnational industries that put their profits ahead of human health and the environment through a variety of strategies. (3)(5) In this paper, several control measures are proposed to deal with this. (7)

Key words: Social determinants of Health, Commercial determinants of Health, Non-communicable Disease, Food-Processing Industry, Drug Industry, Tobacco Industry

Sarrera

Osasunaren determinante sozialak pertsona oro jaio, hazi, hezi, lan egin eta bizi diren baldintzek osatzen dituzte. (1) Osasunaren determinante komertzialak (ODK) konkretuki, aktore komertzialek giza osasunean eta desberdintasun sozialetan eragiteko erabiltzen dituzten praktika edo sistemak dira. (1)

Merkataritzak eta industriak positiboki eragin dezakeen arren, geroz eta ebidentzia gehiago dago industriaren produktu eta praktika askok, gizakion osasunean eta ingurugiroan kalteak sortzen dituztela. (4) (5)

Industria kaltegarri gutxi batzuk, mundu-mailan osasun-arazo ugari sortu dituzte, gaixotasun kroniko ez-transmitigarrien gorakada nabarmena (gaixotasun kardiobaskularrak, diabetesa, arnas-aparatuko gaixotasun kronikoak, minbizia...) eta larrialdi klimatikoa, besteak beste. (3)(5)

Gaixotasun kroniko ez-transmitigarriak munduko heriotzen %74aren (OME 2023) eta Europako heriotzen %90aren (OME 2021) erantzule dira. (2) Lau industria sektore dira eragile nagusiak: alkohola, tabakoa, elikagai ez-osasuntsuak (ultra-prozesatuak, edari azukredunak...) eta erregai fosilak. (5) Dena den, ez-kaltegarritzat jotzen diren beste industria batzuek ere, osasun-kalteak sor ditzakete estrategia berdinak erabiliz (sare sozialek osasun mentalean, adibidez). (5)

Deskribatutako lehen Osasunaren Determinante Komertzialak, mendekotasuna sortzen zuten sustantzia edo jokabideak izan ziren (tabakoa, alkohola, jokia...). (3) Hala ere, gaur egun, osasunaren determinante komertzialen inguruan hitz egiterakoan, enpresen hedatzeko eta erregulazioa saihesteko erabiltzen dituzten estrategiak dira beraien ezaugarri nagusiak. (3)

Determinante komertzialei aurre egiteak beren interesen alde egiten duten industria multzo baten aurka egitea dakar, zeinak pertzepzio soziala aldatzen saiatzen diren, jendearen kontsumo-ohituretan eragina izan eta horrela produktu kaltegarrien erregulazioa atzeratu edo saihesteko. (3)

Osasunaren determinante komertzialen estrategiak:

Hainbat estrategia erabiltzen dituzte beraien produktuen kontsumoa sustatu, publizitatea egin eta normalizatzeko.(5) Lehen helburua gizartea konbentzitzea da. Produktu horren kontsumoa kaltegarria dela jakitean hasten dira arazoak: enpresa txiki gehienek produktua erretiratuko dute, baina botere handia duten enpresa edo korporazio handiekin ez da beti hori gertatzen. (3)

Hurrengoak dira estrategia erabilienak:

- **Marketin-estrategiak:** (5) Orokorrean, jokabide berriak heldutasuna lortu baino lehen eskuratzeko dira. Horregatik, kanpaina gehienek haur eta gazteak dituzte jomugatzat. (3) Publizitateak paper nagusia du kontsumoa promozionatu eta normalizatzeko.(5) Irudi desberdinak erabiltzen dituzte momentuaren arabera (*glamourra, sofistikazioa, transgresioa, ahalduntzea,*

askatasuna, kezka soziala, arrakasta afektiboa, ekologia, etab.). Horretarako, aktore, modelo, abeslari, influencer, kirolari edo osasun-arloko profesionalen baliatzen dira. (3) Tabakoaren erregulazioa izan zen tabakoaren kontrolerako ezarri zen lehena marko-akordioaren bitartez (publizitatea, eskuragarritasuna, zergak, etiketen oharrak... erregulatuz).(3) Alkohola edo janari eta edari ez-osasuntsuekin, ordea, lan handia dago egiteko oraindik. (11)(12)(13)

- **Lobbying estrategiak:** Lobbying-a gobernuko edo politikako funtsezko eragileetan eragin nahi izateak definitzen du. (5) Industria-boteradunek diru asko erabiltzen dute alderdi politikoei, elkarteei edo bestelakoei dohaintzak eginez, beraien aurka joan daitezkeen erabaki politikoe-tan eragina izateko. Estrategia hauek, orokorrean, ez dira gardenak izaten. Maiz ikusten dira ate birakariak, hau da, ardura politikoa izan duen jendea, industria hauentzat lan egitera pa-satzen dela denborarekin. (3) Lege baten onarpenak saihestezina dirudienean, lege partzialak edo autorregulazioa proposatzen dituzte industriek, benetan eraginkorrak diren neurriak eki-diteko. (3)(5)
- **Erantzukizun sozial korporatiboa:** Praktika hauek industria kaltegarriaren irudi soziala “zuri-tzea” dute helburu. Gizartearekin eta ingurugiroarekin konpromisoa dutela frogatzen saiatzen dira, arreta beraien produktu desegoki edo kaltegarrian ez jartzeko. Horretarako, honako es-trategiak erabiltzen dituzte: (3)(5)
 - Ekitaldi edo programa ezberdinen babesle (kirola, kultura, musika...)
 - Kontzientziazio- edo hezkuntza-programak (erabilera eta kontsumo arduratsua)
 - Ingurumen jasangarriko ekimenak
 - Ongintzako edo gizarte laguntza
 - Autorregulazioa
 - Greenwashing-a: marketin moduan erabiltzen dute, kontsumitzaileen ingurumen-kontzientziaz baliatzeko.
- **Aliantzak beste talde edo erakunde batzuekin:** Kaltetuak atera daitezkeen beste sektore ba-tzuekin egiten dituzte aliantzak (tabakoa/alkohola eta ostalaritza, adibidez). Elkarte zientifiko askok ere osasun-balio zalantzarikozko zenbait elikagai gomendatu edo sustatu dituzte (edari azukredunak eta nutrizio elkar-teak, gailetak eta pediatriako elkar-teak, adibidez). Harreman hauek zalantza sortzen dute elkarte zientifikoek emandako informazioaren objetibotasunaren inguruan. (3)(5)
- **Eragina ebidentzia zientifikoan:** Berrikusketa ugari dago gai honen inguruan. Babesletzan in-teres-gatazkak dituzten ikerketek emaitza eta konklusio onuragarriagoak izaten dituzte mai-zago, nahiz eta arazo metodologikoak nabarmenak ez izan. Hau, batez ere, industria farma-zeutikoan eta elikagaien industrian nabarmentzen da. Modu honetan, ikerketen finantziarioa erabiltzen dute zalantzak eta ziurgabetasun zientifikoa sortzeko eta emaitzak adostasunik ga-beak izan daitezen. (3)(5)
- **Harremanak osasun-profesionalekin:** Ikerketan eragiteaz gain, Industria klinikoengan eragiten ere saiatzen da, batez ere, errezetak egin baditzaizkete.(5) Osasun-arloko profesionalen eta in-dustria ordezkarien arteko mugak ez daude oso garbi ezarrita orokorrean.(3) Lehen, opariak eskaintzen zituzten. Gaur egun, kongresuen inskripzio- eta bidaia-gastuak pagatzen dituzte, batik bat. Merkatu librearen testuinguruan, pertsona askok normaltzat har dezakete harre-man hau, baina medikuak zaintza rola du bere pazienteekiko, eta beraien ongizatea ziurta-tzeko betebeharra da helburu nagusia. Bestela, pazientea da harreman horren ondorioak ja-saten dituen. (3)

Besteak beste, OMEk Amaren Esnearen Ordezkoen Nazioarteko Jokabide Kodea sortu zuen 1982an (aurrerantzean, kodea). (8)(9)40 urte pasa dira eta kodearen urraketak maiz gertatzen dira oraindik, Espainiako legedian kodea ez dago guztiz bermatua eta. (8)(10) Honen harira, inkesta bat egin da Euskal Autonomia Erkidegoko Pediatren artean: %64ak ez zuen Osasunaren Determinante Komertzialen inguruko ezagutzarik eta %25ek soilik ezagutzen

zuen Kodea. Industria-ordezkariekin harremanak izateak beren pazienteengan eraginik ez zuela adierazi zuen gehiengoak (%65ek), baina %80ak inkesta egiterako orduan publizitatea ikusgai zuen kontsultan.(14) Ondorioen artean, ikasle- eta egoiliar-garaian honen inguruan gehiago irakatsi beharko litzatekeela adierazten da. (14)

- Hizkuntzaren manipulazioa: Interes komertziala sustatzeko hizkuntza erabiltzen dute publikoaren pertzepzioan eragiteko. (3)(5) Teknika orokorrenak hauek izaten dira:
 - Erantzukizun indibiduala: produktu kaltegarrien industriek “erantzukizun indibiduala” azpimarratzen dute kontsumo arduratsu bat egiteko garaian. (5) Industria kaltegarriek pertsonak beraien erabakiak hartzeko informazio nahikoa dutela diote, pertsonaren erruduntasuna handituz, benetan eragina duten publizitateak, produktuen eskuragarritasunak eta faktore sozialak alde batera utziz eta, ondorioz, beraien ardura minimizatuz. (3)
 - Eragin ekonomikoa: Haien eragin ekonomikoa esajeratzen dute, lanpostu, aberastasun eta garapen ekonomikoa handia sortzen dutela esanez.(3) Honela, erregulazioak saihesten dituzte, nahiz eta osasun publikoan edo ingurugiroan eragin.(5)
 - Hizkuntza engainagarria: eufemismoak erabiltzen dira maiz arriskuak minimizatu eta pertzepzioa positiboagoa izan dadin: (“Baperra”, zigarro elektronikoaren orde; “light” graduazio gutxiagoko edari alkoholodunetan; etiketetan “eko”, “palma olio gabea”, “% 0 gantz materia”, “azukre gehigarri gabea”, “proteinak”....). (3)
- Hornidura-katea: Helburua produktuak munduko edozein tokitan eskuragarri bihurtzea da. Globalizazioaren bitartez produktu ez-osasungarrien kontsumoa handitu egin da, izan ere, produktu osasuntsuak garestiagoak dira eta irabazi-marjina gutxiago dute. (3) Horren ondorioz, industria hauen aberastasuna handituz doa eta beraien botere ekonomiko eta politikoa areagotu egiten da.(5) Beste alde batetik, haien hondakinen kostuak eta osasunean eta ingurugiroan sortutako kalteak kanpora ateratzen dituzte eta gobernua pairatu behar izaten dituzte kostu hauek.(5)

Honetaz gain, garrantzizkoa da azpimarratzea, ODK-kin erlazionatutako kontsumo eta jokaerek prebalentzia handiagoa dutela sozio-ekonomikoki kaltetuen dauden populazioetan, osasundesberdintasunak areagotuz. (3)(5) Hezkuntza-maila, gizarte-klasea edo diru-sarrera baxuagoak dituzten pertsonak, lehenago hil ohi dira eta osasun-arazo gehiago dituzte, nahiz eta osasun-arreta unibertsala edo doakoa izan. (3)

Gainera, industria ez-osasungarriek genero idealak erabiltzen dituzte produktuen kontsumoa sustatzeko, genero-estereotipoak iraunaraziz. (3) Itxuraz emakumearen kausekin eta ahalduztzearekin egiten dute bat, baina kontsumo-merkatu berrietara iristea da haien helburu nagusia. (3)

Osasunaren determinante komertzialei aurre egiteko ekintzak: (7)

ODKei aurre egiteko ekintzak maila ezberdinetan gauzatu daitezke:

- Maila indibidualean: pertsonen ohituretan eragina dutenak (etiketak, abisuak, kanpainak...), kontsumitzailea informatua egon dadin, baina askotan ez dira nahikoa marketin-kanpainei aurre egiteko. (7)
- Testuinguruan: ingurua eraldatzen duten neurriak (marketin-murritzketen bitartez, industria kaltegarriak dirulaguntzak murriztuz edo zergak handituz), eskuragarritasuna gutxitzeko. (7)
- Politika publikoa: legegintza babestu behar da, erreputazio-kanpainak edo interes-gatazka duten ikerketek adibidez, eragin ez dezaten. Gardentasuna ezinbestekoa da, eta industria kaltegarrien donazio politikoak debekatu beharko litateke. (7)
- Sistema ekonomiko eta politikoa: gizarte moduan aurrerapena nola neurtzen dugun birpentsatu beharko litzateke. Barne-produktu gordina al da benetan gizarte baten ongizatearen

adierazle? Beste ekonomia-eredu batzuk proposatu dira, ongizatearen ekonomia edo ekonomia zirkularra, besteak beste. (7)

2. Ondorioak

Amaitzeko, lan honen helburua industria transnazionalak sortu duten sistema patologikoa ikusaraztea da, industria kaltegarriek beraien etekina giza osasunaren eta ingurugiroaren aurretik jartzen baitituzte estrategia ugariren bitartez, desberdintasun sozio-ekonomikoak areagotuz eta genero-estereotipoak iraunaraziz.(3)(5) Honi aurre egiteko ekintzak proposatu dira maila ezberdinetan. Denok dugu zeregina. (7)

3. Bibliografia

1. World Health Organization. Commercial determinants of health [Internet]. 2023. Hemen eskuragarri: <https://www.who.int/news-room/fact-sheets/detail/commercial-determinants-of-health>
2. World Health Organization. Regional Office for Europe. (2024). Commercial Determinants of Noncommunicable Diseases in the WHO European Region [Internet]. 2024. Hemen eskuragarri: [Commercial Determinants of Noncommunicable Diseases in the WHO European Region](#)
3. SEDET. Determinantes comerciales de la salud, trastornos adictivos y otros problemas [Internet]. Miriam Rodríguez NR y. FJA, editor. 2024. Hemen eskuragarri: https://sedet.org/wp-content/uploads/2024/11/Copia-de-Monografia_DCS_ESP-1_compressed.pdf
4. The Lancet. Unravelling the commercial determinants of health. The Lancet [Internet]. el 23 de marzo de 2023;401(10383):1131. Hemen eskuragarri: [https://www.thelancet.com/journals/lancet/article/PIIS0140-6736\(23\)00590-1/fulltext](https://www.thelancet.com/journals/lancet/article/PIIS0140-6736(23)00590-1/fulltext)
5. Gilmore AB et al. Commercial Determinants of Health 1. Defining and conceptualising the commercial determinants of health. The Lancet [Internet]. el 23 de marzo de 2023;401(10383):P1194-1213. Hemen eskuragarri: [https://www.thelancet.com/journals/lancet/article/PIIS0140-6736\(23\)00013-2/fulltext](https://www.thelancet.com/journals/lancet/article/PIIS0140-6736(23)00013-2/fulltext)
6. Lacy-Nichols J et al. Commercial Determinants of Health 2. Conceptualising commercial entities in public health: beyond unhealthy commodities and transnational corporations. The Lancet [Internet]. el 23 de marzo de 2023;401(10383):P1214-1228. Hemen eskuragarri: [https://www.thelancet.com/journals/lancet/article/PIIS0140-6736\(23\)00012-0/fulltext](https://www.thelancet.com/journals/lancet/article/PIIS0140-6736(23)00012-0/fulltext)
7. Friel S et al. Commercial Determinants of Health 3. Commercial determinants of health: future directions. The Lancet [Internet]. el 23 de marzo de 2023;401(10383):P1229-1240. Hemen eskuragarri: [https://www.thelancet.com/journals/lancet/article/PIIS0140-6736\(23\)00011-9/fulltext](https://www.thelancet.com/journals/lancet/article/PIIS0140-6736(23)00011-9/fulltext)
8. The Lancet. Revelando las tácticas abusivas de la industria de fórmulas lácteas. The Lancet. el 7 de febrero de 2023;401(10375):P409.
9. Pérez-Escamilla R et al. Lactancia materna 1. Lactancia materna: crucialmente importante, pero cada vez más difícil en un mundo impulsado por el mercado comercial. The Lancet. el 7 de febrero de 2023;401(10375):Pérez-Escamilla, Rafael et al.

10. Rollins N et al. Lactancia materna 2. Marketing de fórmulas comerciales infantiles: un sistema para capturar a las madres y padres, las comunidades, la ciencia y las políticas. The Lancet. febrero de 2023;401(10375):Rollins, Nigel et al.
11. Baker P et al. Lactancia materna 3. La economía política de la alimentación de lactantes y niños pequeños: enfrentando el poder corporativo, superando barreras estructurales y acelerando el progreso. The Lancet. febrero de 2023;401(10375):P503-524.
12. Royo-Bordonada, M.Á., Cavero-Esponera, C., Romero-Fernández, M. et al. Differences in children's exposure to television advertising of unhealthy foods and beverages in Spain by socioeconomic level. BMC Public Hea [Internet]. el 7 de marzo de 2024;739. Hemen eskuragarri: <http://dx.doi.org/10.1186/s12889-023-17410-z>
13. Gasol F. Publicidad, alimentación, salud y derechos de la infancia en España [Internet]. 2023 jun. Hemen eskuragarri: <https://gasolfoundation.org/wp-content/uploads/2023/07/Publicidad-alimentacion-salud-y-derechos-de-la-infancia-en-Espana-Informe-Gasol-Foundation.pdf>
14. Legarda Ereño E., Zabaleta Rueda A., Unsain Mancisidor M. Análisis de conocimiento y concienciación sobre los determinantes de salud en Pediatría. Comunicación oral Congreso AEPap 2025.