

SALUT

Fi dels anuncis per a criatures de galetes i begudes ensucrades

El ministeri de Consum prohibirà la publicitat d'aliments no saludables en horari protegit

LARA BONILLA
BARCELONA

Ni galetes de dinosaure, ni ous de xocolata, ni laminadures, ni sucus. La publicitat de dolços i begudes ensucrades té els dies comptats. El ministeri de Consum, Alberto Garzón, va anunciar ahir la prohibició de la publicitat dirigida al públic infantil d'aquests productes rics en sucres i greixos i que l'Organització Mundial per la Salut (OMS) considera nocius. En concret, es prohibeix la publicitat a menors de 16 anys de productes de confiteria de xocolata i sucre, barretes energètiques i cobertures de dolços i postres. Tampoc es podran anunciar els pastissos, les galetes dolces i altres productes de pastisseria, així com els gelats. Pel que fa a les begudes, es prohibeix la publicitat de sucus i begudes energètiques. La normativa afecta cinc categories d'aliments i begudes ensucrades que no podran publicitar-se a menors independentment del seu contingut nutricional. Per a la resta de productes, s'estableix un límit de contingut de nutrients per cada 100 grams. És a dir, es podran anunciar si els greixos totals i saturats, el sucre total i afegit i els nivells de sal es mantenen per sota dels límits establerts. Per aplicar la normativa es tindrà en compte els perfils nutricionals establerts per l'OMS, molt més restrictius que el Nutri-Score, el semàfor nutricional voluntari que es vol aplicar a Espanya.

Mitjançant un real decret, que es començarà a aplicar l'any que ve, es prohibiran els anuncis a televisió en horari infantil, és a dir, de 8 a 9 i de 17 a 20 hores de dilluns a divendres i de 9 a 12 hores els caps de setmana, a mitjans de comunicació en general i en xarxes socials. Fora d'aquest horari també s'han establert algunes limitacions. Segons Garzón, el sistema d'autoregulació que estava vigent des del 2005 s'ha mostrat "insuficient", ja que les dades de sobrepès i obesitat entre els menors no han disminuït i la publicitat d'aquest tipus de productes n'és una de les causes. "Els menors són consumidors vulnerables i tenim l'obligació de protegir-los davant la publicitat", va assenyalar el ministre. Espanya segueix així els passos de països com el Regne Unit, Portugal o Noruega.

Garzón va fer l'anunci ahir a Barcelona després de reunir-se amb l'alcaldessa de la ciutat, Ada Colau, que també va anunciar que l'Ajuntament



Dos nens petits caminant mentre mengen un gelat. El ministeri de Consum regularà la publicitat d'aquests productes. GETTY IMAGES

prendrà mesures per combatre la sobreexposició dels menors a la publicitat d'aquests productes: es regularà la presència de publicitat d'aliments i begudes perjudicials per a la salut a l'espai públic i es reforçarà la presència de productes saludables als càterings i màquines expenedores dels equipaments municipals.

La mesura s'ha pres per combatre l'obesitat infantil, una epidèmia glo-

Plataformes El CAC demana incloure-hi la publicitat que fan 'influencers'

bal. Es calcula que dos de cada sis menors d'entre 8 i 16 anys a l'Estat tenen sobrepès o pateixen obesitat: un 20,7% dels infants i adolescents presenten un índex de massa corporal superior al considerat normal i un 14,2% tenen uns nivells de greix excessius, segons un estudi de la Fundació Gasol. En la mateixa línia, un estudi de l'Agència Espanyola de Nutrició i Seguretat Alimentària reflecteix

que un 40,6% dels nens i nenes d'entre 6 i 9 anys tenen excés de pes (el 23,3% tenen sobrepès i el 17,3% obesitat). Així mateix, destaca que els progenitors dels infants amb excés de pes no perceben el problema.

Malalties associades

Pel que fa a la qualitat de l'alimentació, l'informe conclou que la gran majoria dels escolars (un 76,2%) l'ha de millorar. Si bé el consum de fruita ha millorat, només un 20,1% la consumeixen habitualment en l'esmorzar mentre que productes com galetes, pastissos, brioixeria, batuts o laminadures es consumeixen quatre o més vegades per setmana. Els hàbits poc saludables -mala alimentació, poc exercici físic i poques hores de son- causen sobrepès entre els més joves i això es tradueix en problemes de salut en l'edat adulta, com diabetis o hipertensió.

El Consell de l'Audiovisual de Catalunya (CAC) considera que la regulació plantejada pel ministeri hauria d'incloure també les plataformes d'intercanvi de vídeos i xarxes socials, com YouTube, Instagram, Twitter, TikTok i Twitch, ja que són "els mitjans més consumits pels nens i els adolescents" i on els influencers fan també publicitat encoberta.

3 preguntes a Nancy Babio PRESIDENTA DEL COL·LEGI DE DIETISTES NUTRICIONISTES DE CATALUNYA

"És escandalosa la publicitat d'aquests productes"

● **Què li sembla la mesura?**
Tot el que sigui una mesura de salut pública per protegir els nens i prevenir l'obesitat infantil és bona, el que passa és que sempre fem les coses de forma aïllada. I el que cal és una mesura de salut pública intersectorial, que impliqui més actors, com l'escola o l'atenció primària. I es podria fer encara més. Per exemple, es limita només la publicitat en horari infantil i hauria de prohibir-se durant tot el dia.

● **Els nens veuen els anuncis i reclamen als pares que els hi comprin.**
Es escandalosa la publicitat d'aquests pro-

ductes, que no se'ls pot anomenar aliments. Fins i tot als supermercats està estudiat el lloc on es posicionen, i es posen a l'alçada d'un nen petit. I la despesa que es destina a aquesta publicitat és deu vegades més que la de la promoció d'alimentació saludable.

● **Ha de servir per combatre l'obesitat infantil.**

L'obesitat no només s'associa a malalties com diabetis o hipertensió sinó que malalties que es veuen en adults s'avancen trenta anys en els nens, i tenim ja nens malalts durant molt temps, i això vol dir menys qualitat de vida.



Queda prohibida la distribució, còpia o reproducció de este artículo si no dispone de la licencia correspondiente con los titulares de los derechos de autor.