



7 de diciembre de 2005

El Ministerio de Sanidad y Disney Channel firman un convenio de colaboración para fomentar hábitos saludables de vida entre los más jóvenes y prevenir la obesidad infantil

- El acto se ha celebrado esta mañana en el colegio Marqués de Suances
- Mediante este convenio, que se enmarca en la Estrategia NAOS elaborada por el Ministerio, Disney se compromete a insertar en su programación microespacios informativos dirigidos a fomentar la práctica de ejercicio físico y una alimentación equilibrada y sana
- Cuidar los hábitos alimentarios desde la infancia es fundamental para prevenir la obesidad infantil, un aspecto en el que España se sitúa entre los países europeos con mayor prevalencia. De hecho, el 13,9% de los niños y jóvenes españoles entre 2 y 24 años es obeso y el 26,3% tiene sobrepeso
- El papel de la escuela es muy importante en esta batalla contra la obesidad porque el 20% de los niños realiza durante cinco días a la semana su comida principal en el centro de enseñanza, un porcentaje que aumenta hasta el 32% si se analiza específicamente el grupo de edad de 2 a 5 años

7 de diciembre de 2005. La Ministra de Sanidad y Consumo, Elena Salgado, y el Director General de Disney Channel y Vicepresidente de Walt Disney Televisión, José Vila, han firmado esta mañana un convenio de colaboración para fomentar hábitos saludables de vida y de alimentación entre los niños y jóvenes, dentro de la Estrategia NAOS de prevención de la obesidad y fomento de la actividad física.

Mediante este convenio, Walt Disney Televisión se compromete a emitir en sus canales (Disney Channel, dirigido a niños de 2 a 12 años, y Playhouse Disney, dirigido a niños de 2 a 6 años) una serie de microespacios educativos, en los que se ofrecerán consejos sobre alimentación saludable como, por ejemplo, cómo prepararse un buen desayuno que proporcione la energía necesaria para afrontar la jornada escolar.

Precisamente antes de la firma del convenio, los reporteros de Disney Channel y presentadores del programa de TVE Zon@ Disney, Gonzalo y Natalia, han preparado un desayuno saludable para los alumnos del colegio público Marqués de Suances de Madrid. Mientras realizaban la preparación del desayuno, han enseñado a los niños cómo se puede elaborar en poco tiempo un desayuno sabroso y que les proporcione a la vez las vitaminas y proteínas que necesitan. Este asunto es especialmente importante si tenemos en cuenta que, en nuestro país, aproximadamente el 8% de los niños españoles acuden al colegio sin haber desayunado, cuando se ha demostrado que la prevalencia de obesidad es superior en aquellas personas que toman un desayuno escaso o lo omiten.

IMPORTANCIA DE LOS BUENOS HÁBITOS DESDE LA INFANCIA

Durante el acto, la Ministra ha destacado la importancia de que una empresa de comunicación y producción de materiales audiovisuales dirigidos a niños y jóvenes, de la envergadura de Walt Disney Televisión, se sume a la Estrategia NAOS. No

sólo por el potencial impacto sobre los hábitos alimenticios de niños y jóvenes a través de los productos y actividades de la propia empresa, sino también por lo que este acuerdo tiene de ejemplo para lograr que otras empresas de este sector se sumen a la iniciativa.

Salgado ha recordado que en el mundo en que vivimos los medios de comunicación juegan un papel determinante en la difusión de mensajes de salud y en la adopción y el mantenimiento de hábitos saludables, tal como reconoce la Estrategia NAOS "al definir a los medios de comunicación como una de las áreas principales de trabajo para fomentar buenos hábitos de alimentación y de actividad física".

Pero, además de los medios y de la propia familia, la escuela desempeña también un papel fundamental en la lucha contra la obesidad infantil. Porque, como ha recordado la Ministra, el 20% de los niños realiza durante cinco días a la semana su comida principal en el centro de enseñanza, un porcentaje que aumenta hasta el 32% si se analiza específicamente el grupo de edad de 2 a 5 años.

"Por eso hemos querido celebrar este acto en un colegio. Para visualizar, por un lado, la importancia de afrontar el problema justo allí donde comienza: en los hábitos que se establecen durante la infancia. Y para subrayar, también, que sólo tendremos éxito si trabajamos juntos, sumando enfoques, actividades y experiencias".

Elena Salgado ha insistido en que trabajar en pro de la salud de nuestros niños y jóvenes desde las Administraciones Públicas "es una de las cosas más importantes que podemos hacer, por lo que estoy segura de que el ejemplo y este llamamiento tendrán un amplio eco".

CIFRAS DE LA OBESIDAD EN ESPAÑA

Según datos de la Organización Mundial de la Salud (OMS), más de mil millones de personas adultas en todo el mundo tienen sobrepeso y, de ellas, al menos 300 millones son obesas. Por este motivo, la OMS ha calificado a la obesidad como "la epidemia del siglo XXI".

En nuestro país, el índice de obesidad entre la población adulta es del 14,5% mientras que el sobrepeso asciende al 38,5%. Esto quiere decir que uno de cada dos adultos presenta un peso superior al recomendable.

Más preocupantes son las cifras de obesidad y sobrepeso infantil y juvenil (de 2 a 24 años). El 13,9% de esta población es obesa y el 26,3% tiene sobrepeso. En este grupo de edad, la prevalencia de la obesidad es superior en varones (15,6%) que en mujeres (12%). Las mayores cifras se detectan en la pubertad y, en concreto, en el grupo de edad de 6 a 12 años, con una prevalencia del 16,1%.

En comparación con el resto de países de Europa, España se sitúa en una posición intermedia en el porcentaje de adultos obesos. Sin embargo, en lo que se refiere a la población infantil, nuestro país presenta una de las cifras más altas, sólo comparable a las de otros países mediterráneos. En los niños españoles de 10 años la prevalencia de obesidad es sólo superada en Europa por los niños de Italia, Malta y Grecia.

CAUSAS DE LA OBESIDAD

Las razones de este fenómeno se deben a los profundos cambios en nuestro estilo de vida. Pero fundamentalmente las causas son dos: un deterioro de nuestros hábitos dietéticos y un estilo de vida sedentario.

Estas dos causas se han manifestado de una forma evidente en nuestro país en los últimos años. Por ejemplo, la dieta de nuestros niños y jóvenes se ha ido alejando progresivamente de la llamada "dieta mediterránea" porque ha aumentado el consumo excesivo de productos cárnicos, lácteos, bollería y bebidas carbonatadas, al tiempo que ha disminuido la ingesta de pescado, frutas, verduras y cereales.

Todo esto se agrava además por una tendencia creciente al sedentarismo en las actividades lúdicas. De hecho, encuestas recientes indican que el 38% de nuestros jóvenes se declaran sedentarios en sus prácticas de ocio. España es, además, uno de los países europeos donde se practica menos deporte.

ESTRATEGIA NAOS

Para hacer frente a este problema, el Ministerio de Sanidad y Consumo puso en marcha en febrero de este año la Estrategia NAOS de prevención de la obesidad y fomento de la actividad física. En la elaboración de esta estrategia participaron ocho grupos de trabajo y más de 80 organizaciones, con el objetivo de abordar el problema de la obesidad, especialmente la obesidad infantil, desde todas las perspectivas (familiar, empresarial, sanitario y, especialmente, en el educativo).

En el marco de esta estrategia se han desarrollado ya diversas acciones. Por ejemplo, Ministerio y Comunidades Autónomas adoptaron un acuerdo en el Consejo Interterritorial de junio para mejorar las dietas de los comedores escolares, haciéndolas más equilibradas, y para ofrecer más información nutricional a los padres.

Además, el Ministerio ha promovido, junto a la Federación de Industrias de Alimentación y Bebidas (FIAB), la firma del Código PAOS de autorregulación de la publicidad sobre alimentos y bebidas dirigida a menores, que establece un conjunto de reglas para las empresas en el desarrollo, ejecución y difusión de sus mensajes dirigidos a menores para evitar una excesiva presión publicitaria sobre ellos y contribuir a fomentar en la población infantil y juvenil hábitos saludables de alimentación y la práctica de ejercicio físico. Este código, que comenzó a aplicarse el pasado 15 de septiembre, es pionero en toda Europa y a él se han adherido las mayores empresas de la industria alimentaria.

Por último, el Ministerio de Sanidad ha llevado a cabo diversas campañas de publicidad en los medios de comunicación y ha firmado convenios con diferentes empresas e instituciones para colaborar en las tareas de prevención de la obesidad (Coca-Cola, Liga ACB de Baloncesto, Federación Española de Municipios y Provincias y, ahora, Disney Channel).