

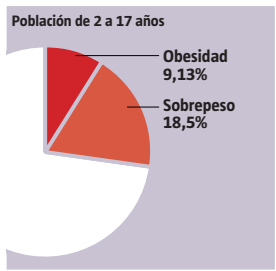


El debate sobre la salud infantil

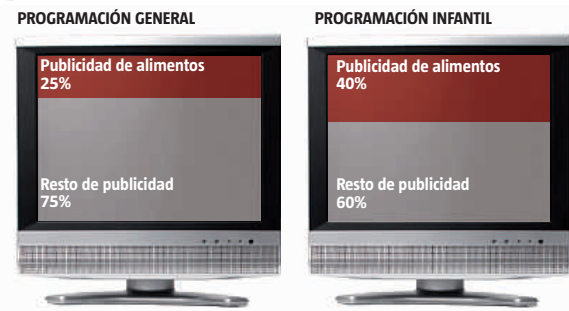
El bollo, a dieta

Sanidad quiere regular la publicidad de alimentos poco saludables dirigida a niños, ante el aumento de la obesidad y el colesterol

Más de la cuarta parte de los menores de 17 años tiene exceso de peso



En horario infantil se emite más publicidad de alimentos...



... pero la gran mayoría son poco saludables



Una sustancia natural pero de riesgo

QUÉ ES EL COLESTEROL

Es una sustancia grasa natural presente en todas las células del cuerpo humano necesaria para el funcionamiento del organismo

La produce naturalmente el organismo, principalmente el hígado, un 75% del total... Pero también se ingiere a través de los alimentos

Un nivel alto de colesterol en sangre puede ser porque nuestro organismo produce mucho o por una dieta rica en grasas saturadas

FUENTE: Ministerio de Sanidad, OCU Salud enero 2009

LA VANGUARDIA

CELESTE LÓPEZ / MARTA RICART
Madrid / Barcelona

Los niños españoles de entre 2 y 17 años tienen, junto a los del Reino Unido y Grecia, el triste título de ser los más obesos de Europa. La causa es conocida: abuso de la comida menos saludable y escaso ejercicio físico. También son conocidas las consecuencias asociadas al sobrepeso: el nivel elevado de colesterol es cada vez más frecuente entre los niños, como la diabetes tipo 2 o la hipertensión, lo que augura una madurez como enfermos crónicos. Dentro de las medidas para combatir esta plaga que compromete a las generaciones futuras, el Ministerio de Sanidad se plantea regular la publicidad de los alimentos menos saludables dirigida a los niños.

Roberto Sabrido, presidente de la Agencia Española de Seguridad Alimentaria y Nutrición (Aesan), organismo del Ministerio de Sanidad y responsable de esta-

blecer las políticas de prevención de la obesidad, cree que es el momento de intensificar la lucha contra este problema de salud, aprovechando que su departamento trabaja en una ley de Seguridad Alimentaria y Nutrición.

Por ahora, no hay nada cerrado, pero Sabrido tiene claro que esta norma deberá ayudar a redu-

cir la presencia de grasas trans, sal y azúcares en los alimentos. Además, la agencia estudia la publicidad que emite la televisión en horario infantil, tras las denuncias de asociaciones de consumidores. Los estudios de estas apuntan que prolifera la publicidad de alimentos grasos, dulces o salados, lo que deja en entredicho el

acuerdo suscrito por la industria con Sanidad para la transmisión de hábitos saludables.

El director de la Aesan avanzó que la futura ley dejará la puerta abierta a una regulación de la publicidad de los alimentos menos saludables. "Nosotros creemos en el acuerdo y en el autocontrol de las empresas -señala Sabrido-, pero si ellas no actúan no habrá otra opción que establecer límites mediante una norma".

Las medidas adoptadas por acuerdo entre Sanidad y las empresas alimentarias en el marco de la estrategia para la Nutrición, la Actividad Física y Prevención de la Obesidad (NAOS) no dan grandes resultados, "aunque los expertos aclaran que se necesita una década para cambiar los hábitos", apunta Sabrido. Se ha reducido el uso de la sal en la elaboración del pan un 24%, y algunas firmas han decidido reducir las grasas en sus productos. Ante los insuficientes resultados de las políticas de autocontrol por las empresas, el Gobierno no descarta

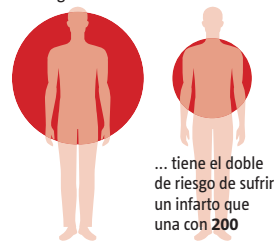
Un código confuso

El código de autorregulación de la publicidad de alimentos dirigida a menores (PAOS) fue firmado hace cuatro años. Las empresas se comprometen a promover la adopción de dietas saludables y de hábitos de actividad física; a difundir anuncios de alimentos que no induzcan a error acerca de sus propiedades, que no inciten a los niños a persuadir a sus padres para que

los compren, que no les creen sentimientos de que si no lo compran son peores que quienes sí lo hacen, y que no utilicen personajes admirados por ellos. La cuestión es que los compromisos se refieren a publicidad dirigida a menores de 12 años, pero en la franja horaria infantil, ¿qué programas son para niños de 9 años y cuáles para niños de 12? Esto crea confusión.

No se deben superar los 200 mg de colesterol por decilitro de sangre

Una persona con 240 mg de colesterol en sangre...



LA VANGUARDIA

LA PLAGA DE LA OBESIDAD Y SUS EFECTOS

10 años de vida menos

Un trabajo de la Universidad de Oxford que analiza estudios sobre **un millón de personas** dice que la obesidad anticipa la muerte de **tres a diez años**, según si es menos o más mórbida

Muerte cardiovascular

Estudios en EE.UU. estiman que la obesidad infantil elevará un **16%** las enfermedades cardiovasculares y un **9%** las muertes en el 2035

A corta edad

En algunos hospitales infantiles, como Sant Joan de Déu (en Esplugues), estiman que el **10%** de los niños obesos que ven los médicos no han cumplido aún los **5 años**

Dos tipos de colesterol y sus funciones

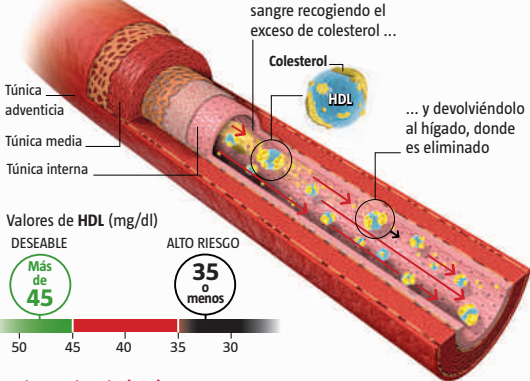
COLESTEROL BUENO Y MALO

El colesterol viaja a través de la sangre transportado por diferentes tipos de lipoproteínas de alta y baja densidad (HDL; LDL). Según a cuál se una el colesterol se habla de:

Colesterol bueno (HDL)

Lipoproteínas de alta densidad.

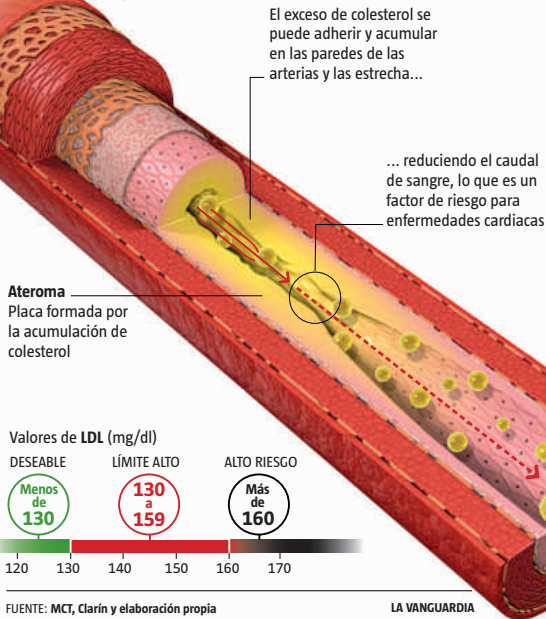
ARTERIA SANA



Colesterol malo (LDL)

Lipoproteínas de baja densidad. Se encargan de transportar nuevo colesterol desde el hígado a todas las células de nuestro organismo

ARTERIA OBSTRUIDA



FUENTE: MCT, Clarín y elaboración propia

LA VANGUARDIA

dar un paso más y utilizar la ley como instrumento en la lucha contra la obesidad.

Con todo, una limitación de la publicidad comportaría unos efectos económicos que seguramente deberán evaluarse.

Sabrido recuerda que la Organización Mundial de la Salud (OMS) recomienda a los gobiernos que adopten "medidas normativas concretas" para "reducir notablemente el alcance y el impacto de la promoción comercial de alimentos y bebidas con alto contenido energético, sobre todo para los niños". La OMS no cesa de repetir que "la epidemia de obesidad es uno de los desafíos más graves para la salud pública de los países desarrollados". Y más en niños y adolescentes.

El exceso de peso desde edades tempranas, aparte de causar problemas psicológicos y de relación social, anticipa enfermedades que eran de la edad adulta. Es el caso del colesterol: que ha aumentado alarmantemente entre los menores. Se estima que el 22% de los niños españoles tiene niveles excesivos de colesterol LDL o malo, el que daña las arterias. La hipercolesterolemia en los niños preocupa a los médicos porque apunta al riesgo de que se mantenga el problema durante la vida adulta -y que deban, pues, prolongarse durante años la dieta y el tratamiento médico-.

El nivel elevado de colesterol es uno de los factores de riesgo de enfermedades cardiovasculares. Por eso es importante mantener una dieta baja en grasas saturadas, que son las que favorecen el exceso de colesterol, y alta en carbohidratos complejos. Esta proporcionará al niño energía y proteína para una actividad y crecimiento normal, sin sobrepeso.

Otra enfermedad asociada al exceso de peso es la diabetes tipo 2, de la que también ven cada día más casos en menores de edad en las consultas médicas. Igual ocurre con la hipertensión o apneas del sueño. "De alimentos como la bollería o incluso los zumos envasados no se debe abusar en la dieta, porque suponen un aporte significativo de calorías, grasas saturadas o azúca-

Una idea que no es nueva en Europa

La idea que se plantea Sanidad de regular la publicidad de alimentos dirigida a los niños para frenar la obesidad no es nueva en Europa, donde hay dos modelos. Francia ha dejado en manos de las empresas de alimentación y bebidas la decisión de controlar sus mensajes y productos para contribuir a reducir la obesidad. En cambio, el Gobierno británico también apostó hace un par de años por el autocontrol de las empresas ante el *junk food*, pero ante la falta de resultados, ha amenazado con una ley. España alega que la mejor vía es la del acuerdo, pero desde que se puso en marcha la estrategia NAOS ya se ha sopesado en distintas ocasiones la necesidad de un apoyo normativo para conseguir mejores resultados. Por ejemplo, se planteó una normativa para eliminar las grasas trans en los comedores escolares y similares, aunque después se decidió acompañar el ritmo a las iniciativas europeas. A las instituciones comunitarias han llegado también las propuestas para la prohibición de la publicidad de los alimentos menos saludables en horario infantil, y que no incluyan coleccionables, regalos o juguetes para favorecer su venta, ni puedan utilizar para su promoción a personajes conocidos como los de dibujos animados.

La vigilancia

Antes de los 7

Hasta los 2 años los niños crecen rápido, a partir de esa edad, el crecimiento se ralentiza. Los médicos dicen que antes de los 7 años ya pueden mostrar una tendencia al sobrepeso.

res. Las grasas saturadas aumentan el nivel de colesterol, y los productos con mucho azúcar o glucémicos obligan para metabolizarlos a un sobreesfuerzo de producción de insulina que desgasta el páncreas y favorece la diabetes", explica Frederic Raspall, jefe de pediatría del Hospital de Barcelona.

Un simple análisis de sangre a los pequeños revela el nivel de colesterol, lo que podría evitar muchos años de tratamiento y muertes en el futuro a edad aún joven -reducir el colesterol puede suponer rebajar el riesgo vascular un 35%-, señalan los pediatras y cardiólogos. No es necesario someter a análisis a todos los niños, sólo a los que tienen antecedentes familiares de hipercolesterolemia o que tienen sobrepeso.

A los menores con sobrepeso, colesterol o signos de diabetes 2, los médicos son reacios a tratarlos con fármacos a edad temprana, aunque se emplean y cada vez más en Estados Unidos, por ejemplo. Se les suele poner a dieta y prescribir ejercicio y, normalmente, se reducen los problemas de peso y el riesgo vascular. ●

EFFECTOS DEL EXCESO DE COLESTEROL EN EL CUERPO

El bloqueo de las arterias y capilares puede ocasionar:

Cerebro
Puede provocar ictus, demencia o senilidad

Corazón
Puede derivar en angina de pecho o en un infarto

Una dieta alta en colesterol puede provocar **problemas gastrointestinales...**

... y aumentar el riesgo de padecer **cáncer de colon**

Unos 22 anuncios al día para un público atento a lo más llamativo

MADRID / BARCELONA Redacción

La Organización de Consumidores y Usuarios (OCU) constató en un estudio realizado el año pasado sobre 19 cadenas de televisión españolas y en horario de 6 a 21 horas (que la OMS considera infantil) que cuatro de cada diez anuncios publicitarios eran de alimentos y no precisamente todos de los más saludables, es decir, la gran mayoría contienen grasas o

exceso de azúcar o de sal. La OCU calculó que si, de media, un niño de cuatro a doce años ve unas dos horas y media de televisión al día, se traga 22 anuncios de comida.

Otro estudio de Consumer-Eroski sobre 6.300 anuncios de doce cadenas en franjas horarias con público infantil llegó a unas conclusiones similares: el 44% de los alimentos anunciados son chocolates y derivados (9,5%), go-

losinas (8%), productos de bollería y pastelería (8%), embutidos (7%), aperitivos (4,5%), mayonesas, helados y similares, que en la pirámide de la nutrición saludable se sitúan en la cima, es decir, en el consumo que se recomienda menos frecuente.

La otra mitad de los alimentos publicitados presenta características más nutritivas, pero, por su composición, algunos también pueden suponer un exceso de

azúcares y grasas si se consumen en abundancia o a diario, como es el caso de algunos derivados lácteos, galletas... Sólo un 2% de los spots analizados eran de productos que se consideran muy saludables, como frutas, verduras y pescado.

Los niños son tan diana de la publicidad como cualquiera. O más. Un estudio de la Universidad de Illinois indicó que niños a partir de dos años ya reconocen algunas marcas y, desde luego, productos por su envoltorio, logotipo, colores asociados..., sobre todo si son llamativos o se diseñan pensando en ellos, por ejemplo con personajes conocidos de dibujos animados. Otro estudio de

Un estudio de la Universidad de Illinois indica que niños de dos años ya reconocen algunas marcas

la Universidad de Stanford mostró también la influencia de la publicidad: niños de ocho años decían que un producto sabía mejor cuando estaba envuelto en una marca que reconocían. En el estudio se utilizaron, entre otros productos, zahanorias frescas y las mismas con un envoltorio de McDonald's. ●