

## Las televisiones se suman a la cruzada contra la obesidad infantil

**AUTORREGULACIÓN DE LA PUBLICIDAD/** Las cadenas de televisión se han comprometido a vigilar los anuncios sobre alimentos dirigidos a los niños. El objetivo es frenar el alarmante aumento de la obesidad infantil.

Ángeles Gómez, Madrid  
Los niños son devoradores de contenidos televisivos. Cada día, los menores de entre 4 y 12 años dedican 2,3 horas a ver la tele y se tragan 54 anuncios publicitarios. En esta mezcla se integran dos elementos que pueden favorecer el sobrepeso: el sedentarismo y la posible incitación al consumo de alimentos dañinos, un tándem que hay que romper si se quiere atajar el alarmante aumento de las cifras de obesidad infantil. Los datos de la última Encuesta Nacional de Salud son contundentes: el 27,6% de los menores de 2 a 17 años tienen sobrepeso, de los que el 9% son obesos, "una de las cifras más alarmantes de Europa", reconoció ayer la ministra de Sanidad, Trinidad Jiménez.

El dato es preocupante, porque la obesidad va ganando terreno en España, a pesar de que en 2005 el Ministerio de Sanidad puso en marcha la estrategia NAOS encaminada a frenar la progresión de esta epidemia entre la población y que ha servido de modelo para otros países. Esta estrategia incluye el código PAOS -de autorregulación de la publicidad de alimentos dirigida a menores-, promovido por la Federación Española de Industria de la Alimentación y Bebidas (FIAB).

Ayer, las cadenas de televisión, agrupadas en la Federación de Organismos de Radio y Televisión Autonómicas (Forta) y en la Unión de Televisiones Comerciales Asociadas (Uteca), firmaron su adhesión al código PAOS, un compromiso que reforzará la vigilancia sobre los anuncios de alimentos orientados a los niños.

### Multas de 180.000 euros

Entre los requisitos exigidos a la publicidad para los menores están la de evitar mensajes que hagan creer determinados beneficios derivados de su consumo (fuerza, crecimiento, habilidad o inteligencia), utilizar un lenguaje sencillo adecuado a la edad del pequeño, reducir la presión comercial, limitar las telepro-

**La publicidad deberá utilizar un lenguaje sencillo y no recurrirá a personajes famosos**



Los niños menores de 12 años pasan diariamente dos horas y media frente al televisor. / Dreamstime

mociones o no recurrir a personajes famosos para este tipo de anuncios.

"Las cadenas de televisión deberán dar el visto bueno al anuncio y el incumplimiento de estas normas puede ser sancionado con una multa que oscila entre los 6.000 y los 180.000 euros, aunque el mayor castigo es la no emisión del spot", señaló el presidente de la Asociación para la Autorregulación de la Comunicación Comercial (Autocontrol), Juan Astorquí, que matizó que con el nuevo acuerdo, "la sanción no va contra la compañía, sino contra la televisión".

Desde que PAOS comenzó

**Ya se han revisado 1.331 anuncios, de los que 320 han sido modificados y 68 rechazados**

**Desde la creación del código PAOS se han realizado más de 30.000 consultas previas**

su andadura, "se han revisado 1.331 anuncios, de los que 320 fueron modificados y 68 rechazados. En este tiempo, la colaboración con el sector empresarial ha sido enorme-

mente positiva", destacó Jiménez. Astorquí recordó que la iniciativa es un compromiso de la industria, "desde sus comienzos, 36 empresas se sumaron al código PAOS", y que desde su creación se han realizado 30.000 consultas previas.

### Sin excepciones

A pesar de los buenos propósitos, cabe suponer que la crisis económica y publicitaria puede favorecer cierta relajación a la hora de evaluar los contenidos publicitarios, un supuesto que ha sido tajantemente descartado por la ministra: "No hay ninguna excepción para el cumplimiento

de estas exigencias". La industria tampoco ha pretendido zafarse del autocontrol en estos tiempos de crisis, al contrario, "han aumentado un 15% las consultas de anuncios", aseguró el presidente de la FIAB.

El compromiso de todas las partes implicadas es grande, pero el objetivo es difícil. El presidente de la Agencia Española de Seguridad Alimentaria y Nutrición, Roberto Sabrido, anunció ayer que se está llevando a cabo un gran estudio para conocer la evolución de la obesidad cuyos resultados se darán a conocer en 2010, aunque "parece que está aumentando".

## Desde 'Barrio Sésamo' hasta el colegio

El avance de la epidemia de obesidad infantil lleva a los expertos a vaticinar que las nuevas generaciones vivirán menos años. El profesor de Epidemiología de la Universidad de Illinois Jay Olshansky predice un incremento de la diabetes tipo II en los niños, con el agravante de que "la obesidad infantil es mucho más difícil de corregir que la del adulto, es más grave y la diabetes se prolonga en el tiempo". Además, el exceso de peso se asocia también al desarrollo de determinados tipos de cáncer. Todos estos

factores hacen esperar una disminución de la esperanza de vida.

Una de las voces más reconocidas mundialmente es la del cardiólogo español Valentín Fuster, director de Cardiología del Hospital Mount Sinai, de Nueva York, que desde hace años libra una batalla contra la obesidad infantil, en la que ve la causa del futuro incremento de las enfermedades cardiovasculares. Hace unos años, promovió en Estados Unidos la inclusión de mensajes sobre buenos hábitos alimentarios

y la práctica de actividad física en el programa infantil *Barrio Sésamo*.

En el congreso de la Sociedad Europea de Cardiología, celebrado la semana pasada en Barcelona, Fuster y el cocinero Ferrán Adrià defendieron que las escuelas impartan una asignatura sobre alimentación saludable. Además, el

**Las ciudades con mayor renta per cápita tienen tasas de obesidad infantil más bajas**

restaurador subrayó que "comer bien no es caro. Un gazpacho hecho en casa cuesta unos 0,60 euros".

Sin embargo, la obesidad se ceba especialmente en las clases con menos nivel de renta, según revela un estudio impulsado por el Programa Tháo-Saldu Infantil realizado sobre 8.800 niños españoles de diferentes ciudades. El trabajo concluye que la tasa de obesidad de las urbes con una renta 'per cápita' de 24.100 euros es del 15% frente al 29,4% de una ciudad con una renta de 8.800 euros.