

15 DE MARZO: DÍA MUNDIAL DE LOS DERECHOS DEL CONSUMIDOR

CECU pide liberar a los menores de la presión de las promociones de alimentos poco sanos

Un sándwich de jamón y queso cuesta lo mismo que un bizcocho de chocolate y es mucho más sano. Sin embargo, la televisión bombardea a los niños con los regalos que acompañan a alimentos poco saludables. CECU se une a Consumers International en el Día Mundial del Consumidor regular este tipo de promociones que inciden en la pandemia de la obesidad infantil.

La ecuación está bastante clara: a más promociones infantiles sobre alimentos poco saludables, mayor riesgo de obesidad. Al menos así lo atestigua un informe de la Organización Mundial de la Salud (OMS) que prueba la existencia de una relación entre las promociones que se realizan de alimentos con alto contenido en grasas, azúcar y sal y su apetencia y consumo por parte de los niños, lo cual les conduce a situaciones de sobrepeso y obesidad. Más de 22 millones de niños menores de cinco años presentan problemas de peso en todo el mundo. En España sufren el mismo problema más del 40% de los niños y jóvenes.

Este es el motivo por el que Consumers International (CI), la principal entidad mundial de representación de los consumidores, de la cual CECU es miembro, repite este año su campaña *Junk Food Generation* (Generación Comida Chatarra) para el próximo 15 de marzo, Día Mundial de los Derechos del Consumidor. En 2008, participaron en la misma más de 80 asociaciones de todo el mundo y algunas empresas mostraron signos de cambio que, sin embargo, quedaban muy lejos de las recomendaciones de CI.

El objetivo es frenar la publicidad dirigida a menores de productos de alimentación poco saludables. Sobra decir que los niños no han podido desarrollar a su corta edad la capacidad crítica y valorativa necesaria para poder distinguir la realidad de la fantasía en lo que aparece en televisión. Un estudio realizado por Kids-Verbraucher-Analyse (Alemania) sobre los hábitos de consumo de niños de entre 6 y 13 años muestra como ellos también consumen y se fijan en las marcas de ropa, mochilas, alimentación (chocolates, dulces, bebidas, helados, cereales...), aseo personal y cosmética. A ello se une la presión que pueden ejercer en la decisión de compra de sus padres (muchas veces casi tan influenciados como ellos por la publicidad).

La Estrategia Mundial sobre Régimen Alimentario, Actividad Física y Salud reconoce el acelerado aumento de enfermedades no transmisibles a escala mundial y que las dietas poco saludables, el consumo de alimentos hipercalóricos y poco nutritivos que son ricos en grasas, azúcares y sal y la falta de actividad física son las principales causas de dolencias cardiovasculares, diabetes tipo 2 y ciertos tipos de cáncer¹.

Confederación (de ámbito estatal) de Consumidores y Usuarios

Inscrita en el Registro Estatal de Asociaciones de Consumidores y Usuarios con el nº 9

C/ Mayor, 45, 2º - 28013 MADRID Tel.: 91 364 13 84 Fax: 91 366 90 00

Contacto del Área de Comunicación: David Hurtado

C/En Llop, 2, 4ª - 46002 VALENCIA Tel. y fax: 96 352 11 97 Móvil: 657 504 712

david.hurtado@cecu.es / www.cecu.es



Esta estrategia reconoce, además, que la publicidad de los productos alimenticios influye en la elección de alimentos y en los hábitos alimentarios. La promoción, en especial a través de la televisión, de productos poco saludables está estableciendo patrones de consumo, sobre todo en niños y niñas, que propician la pandemia de la obesidad. No sólo están comunicando a los niños mensajes irresponsables sobre lo que es saludable comer, sino que simultáneamente están menoscabando los esfuerzos de los gobiernos y la sociedad civil para promover dietas más saludablesⁱⁱ.

Dentro de este marco, CECU ha hecho una breve comparativa (ver datos en página siguiente) del precio de los productos que se anuncian en horario infantil y de productos frescos, menos elaborados, pero a su vez más sanos y que, además, tienen una mejor calidad nutricional:

- Por el mismo precio, tenemos la oportunidad de dar de merienda un sándwich de queso y jamón, en lugar de un bizcocho de chocolate que aporta cantidades importantes de azúcar y grasas.
- De postre podemos incluir una pieza de fruta, que es mucho más saludable porque aportan energía, cero grasas, vitaminas y minerales importantes para el desarrollo de los niños, no tiene sal ni azúcares en exceso y es más barato que cualquier galleta rellena de chocolate, bollo o pastelito.
- Y para beber... es más sano y barato dar leche entera, que un mini *brik* de zumo de frutas envasado, que sólo aporta grandes cantidades de azúcares.

Durante la 60^a Asamblea Mundial de la Salud, realizada en 2007, los Estados miembros de la OMS llegaron a un acuerdo para que este organismo redactara un conjunto de recomendaciones sobre la comercialización de alimentos y bebidas no alcohólicas dirigida a niños y niñas, el cual formará parte de la estrategia mundial contra la prevención y el control de enfermedades no transmisiblesⁱⁱⁱ. Nuevamente, este año CI pide a la OMS el desarrollo de un código internacional eficaz que sea adoptado por todos los gobiernos con la finalidad de hacer frente a los casi 15.000 millones de dólares que gastan las empresas cada año en la publicidad de sus alimentos y bebidas poco saludables.

Área de Comunicación
CECU



¿Cuánto nos cuesta....? ¡¡Compara y decide!!

1 manzana	0,30 €	Galletas de chocolate	0,33 €
Bocadillo queso / jamon	0,43 €	1 Bollo glaseado	0,58 €
Bocadillo de tortilla francesa	0,23 €	1 Bizcocho de chocolate minicake	0,42 €
2 mandarinas	0,40 €	1 Bizcocho chocolate	0,54 €
1 plátano	0,23 €	1 Bollo con pepitas de chocolate	0,32 €
1 Sandwich jamon y queso	0,48 €	1 Barritas de chocolate	0,75 €
Leche entera en mini brik de 200 ml	0,25 €	1 mini brik de Zumo de frutas	0,30 €
		1 Barrita de cereales	0,40 €

Un postre... entre elegir una fruta o un bizcocho....

	1 manzana de 200 g	1 bizcocho de chocolate 30 g
Energía	104 kcal.	136 Kcal.
Proteínas	0.6 g	1.65 g
Grasas	0.8 g	7.2 g
Hidratos Carbono	24.8 g	16.2 g
De los cuales:		
Fibra	4.6 g	Sin datos
Sal	No contiene sal añadida, aunque aporta pequeñas cantidades de sodio.	Contiene (lista ingredientes)
Precio	0.30 €	0.42 €

Una manzana mediana aporta menos energía, no aporta grasas y aporta hidratos de carbono no refinados (como el azúcar), y aporta una cantidad interesante de fibra. Además al ser una pieza más grande, tiene mayor capacidad saciante. Mientras que un bizcocho de chocolate, de tan sólo 30 gramos aporta más energía, siete veces más grasa, hidratos de carbono de fuentes refinadas y, además, si se lee la lista de ingredientes, en su formulación se añade sal.

ⁱ Resolución de la 57ª Asamblea Mundial de la Salud WHA57.17 Estrategia Mundial sobre Régimen Alimentario, Actividad Física y Salud, 22 de mayo de 2004.

ⁱⁱ Consumer Internacional. Cereales Peligrosos. La verdad sobre la publicidad de los alimentos dañinos dirigidos a niños. Disponible en: <http://www.consumersinternacional.org/files/98756/FileName/SPCerealesPeligrosos-13jan091.pdf>

ⁱⁱⁱ Prevención y control de las enfermedades no transmisibles: aplicación de la estrategia mundial, WHA60.23, 23 mayo 2007.

