

## Alimentos que envenenan a los niños

---

FREI BETTO :: 27/05/2012

Se publicitan productos de bajo valor nutritivo, tales como cereales para el desayuno ya azucarados, dulces, sodas, productos salados, así como comida basura

“Los niños de todas las regiones de las Américas están expuestos a la publicidad invasiva e implacable de alimentos de bajo o de ningún valor nutricional, ricos en grasa, azúcar o sal”, constata una investigación de la Organización Panamericana de la Salud (2012).

Basta con mirar a nuestro alrededor para verificar que nuestros niños (menores de 16 años) presentan una elevada tasa de obesidad y dolencias crónicas relacionadas con la nutrición, como la diabetes y problemas cardiovasculares.

Uno de los factores que más influyen en los malos hábitos alimenticios en esta franja etaria es la publicidad de productos de bajo valor nutritivo, tales como cereales para el desayuno ya azucarados, dulces, helados, sodas y otros productos salados, así como comida basura... que “llenen” la barriga y dan la sensación de saciedad, pero que no suplen las necesidades nutricionales básicas.

Una resolución de la Organización Mundial de la Salud, de mayo del 2010, instó a los gobiernos a esforzarse por restringir la promoción y la publicidad de alimentos para niños.

El mayor vehículo de promoción de alimentos nocivos es la televisión. Expuestos excesivamente a ella, los niños tienden a querer consumir las marcas que anuncian en ella. En general la propaganda crea vínculos emocionales entre el producto y el consumidor, e incluye regalos, concursos y competiciones.

Con el pretexto de actividades filantrópicas en las escuelas, las empresas de alimentos no saludables aumentan su poder de domesticación. Investigaciones brasileñas indican que estar ante la tele más de dos horas diarias influye en el aumento del índice de masa corporal en los niños. Y un informe de una agencia de encuestas de mercado señala que en el Brasil, en Argentina y en México el 75 % de las madres con hijos de 3 a 9 años opinan que la publicidad influye en las peticiones de los niños en la compra de alimentos (en el Brasil hasta un 83 %).

En el Reino Unido está prohibida en la televisión la propaganda de alimentos no saludables. Irlanda limita la presencia de celebridades en dicho tipo de anuncios y exige el uso de notas explicativas. España desarrolló un código autorregulatorio y restringe la utilización de celebridades y la distribución de productos en el mercado. Según un informe del Ministerio de Salud (2008), durante un año, en el Brasil, más de cuatro mil comerciales de alimentos fueron pasados en televisión y en revistas, de los cuales el 72 % se referían a alimentos no saludables.

En el Brasil la reglamentación vigente obliga a colocar advertencias en los comerciales de alimentos, aunque Abia, el principal consorcio industrial de alimentación del país, se rehúse

a cumplirla. Esa empresa obtuvo un laudo garantizando la no aplicación de las nuevas reglas, por lo que la decisión final depende ahora de la Justicia.

Es necesario, pues, que las familias y las escuelas dediquen esfuerzos a la educación nutricional de los niños. Por ejemplo exhibiendo anuncios comerciales en las aulas y debatiendo sobre ellos. De esa forma se crearía un distanciamiento crítico ante el producto y un mayor discernimiento por parte de los consumidores.

En São Paulo algunos alumnos proyectaron en la clase anuncios publicitarios grabados en sus casas. Después de debatir sobre ellos decidieron adquirir una determinada marca de yogur. Una vez analizado su contenido con análisis clínico se constató que no correspondía con las indicaciones expuestas en el envase. De ese modo los alumnos aprendieron lo que significa una propaganda engañosa.

La Organización Panamericana de la Salud recomienda que sean anunciados sin restricción los alimentos naturales, los que no llevan edulcorantes, azúcar, sal o grasa, tales como: frutas, vegetales, granos integrales, lácteos sin grasa o con bajo contenido, pescado, carnes, huevos, frutos secos, semillas... Y en cuanto a bebidas, el agua potable.

Aquí está el dilema: mientras que las familias y las escuelas quieren formar ciudadanos, la publicidad se empeña en la ampliación del consumismo. Hasta el punto de que en el Brasil se admite la presencia de celebridades, como atletas, en la propaganda de alimentos no saludables y obviamente nocivos, como las bebidas alcohólicas.

Es preocupante constatar que en nuestro país el alcoholismo se inicia hacia los 12 años y aumenta el consumo de vodka en la franja etaria inferior a los 16 años. La fiscalización en bares y restaurantes es precaria, y las panaderías y supermercados venden, casi sin restricción, bebidas alcohólicas a los menores de edad.

Entonces ¿qué se va a esperar de una familia o escuela que ofrece en la mesa y en la cantina los mismos productos nocivos que vende el tendero de la esquina?

Ésa es la crónica de las graves enfermedades anunciadas.

*Cubadebate*

---

<https://www.lahaine.org/mundo.php/alimentos-que-envenenan-a-los-ninos>