



Nota informativa

28 de marzo de 2023

El Gobierno de España insiste en la necesidad de proteger a la infancia del consumo de alimentos nocivos

Evitar que la población infantil esté expuesta a la publicidad de alimentos nocivos para la salud es cumplir con las recomendaciones de la OMS y de la Comisión Europea.

El ministro de Consumo, Alberto Garzón, ha insistido en la necesidad de proteger a la infancia del “acoso” de la publicidad de productos no saludables y ha recordado que evitar que los menores estén expuestos a este tipo de anuncios es cumplir con las recomendaciones de la Organización Mundial de la Salud (OMS) y de la Comisión Europea. Además, las autoridades públicas están obligadas a garantizar la protección de los niños y niñas frente a los riesgos que puedan afectar a su salud física y emocional en esta etapa clave de su vida. En este sentido, el ministro advirtió que la publicidad alimentaria, especialmente la emitida en televisión e internet, influye en las actitudes y preferencias de los menores por la denominada “comida basura”.

Para proteger a este colectivo especialmente vulnerable y contribuir a que en un futuro esté más concienciado con un consumo más saludable y sostenible, el Ministerio de Consumo está llevando a cabo distintas líneas de trabajo para cumplir con el Plan Estratégico Nacional para la Reducción de la Obesidad Infantil 2022-2030 del Gobierno. Entre otras, destaca la regulación de las comunicaciones comerciales de alimentos y bebidas altos en grasas, azúcares y sales dirigidas al público infantil. Se trata de una responsabilidad “ineludible” y no se puede anteponer el negocio por encima de la salud de toda una generación, ha destacado el ministro en un acto institucional celebrado recientemente para conmemorar el Día de la persona consumidora. Como alternativa a la comida nociva, se ha vuelto a poner en valor los alimentos tradicionales de nuestra gastronomía, especialmente la dieta mediterránea rica en frutas, verduras, legumbres, cereales integrales y frutos secos.

Desde el Ministerio se reconoce que aún queda mucho por hacer, pero se destaca que con este tipo de iniciativas se contribuye a garantizar el bienestar, el libre desarrollo y la protección de la infancia. La alimentación infantil saludable es “un derecho por encima de cualquier negocio” o de los “legítimos intereses de la una industria”, ha manifestado Alberto Garzón. Asimismo, ha incidido en la necesidad de que el Gobierno debe actuar en base a los consensos científicos en lugar de hacerlo por los “legítimos intereses empresariales y políticos”. En referencia al Real Decreto que prevé regular la publicidad de alimentos y bebidas no saludables dirigida al público infantil, Garzón ha señalado que “nuestra obligación como administración pública es transmitir y traducir el conocimiento científico y convertirlo en norma para mejorar la vida de los ciudadanos”.

Del mismo modo, el ministro ha argumentado que el [Código PAOS](#) de autorregulación del sector publicitario que se estableció en 2005 no ha funcionado por lo que es legítimo ir más allá, especialmente en el caso de la infancia. Para ello es necesario trabajar en políticas públicas que primen la salud de las personas y la del medio ambiente, involucrando al mayor número de actores posibles como el sector agroalimentario o el publicitario, y “acabar con la idea de que lo que está en una estantería parece caído del cielo”. “Detrás de cada producto hay un proceso y la ciudadanía tiene derecho a conocer cuál es, así como cuáles son las consecuencias sobre nuestra salud o sobre el planeta si los consumimos”, ha esgrimido Alberto Garzón.

>> Fuente: [Ministerio de Consumo](#)