
La publicidad en los alimentos para niños. ¿Hace falta una ley que la regule?

Hay alimentos en el mercado que son [muy poco sanos](#). Sin embargo, se consumen mucho y con mucha facilidad. Los pediatras estamos preocupados. Sentimos que nuestros consejos chocan con un gran muro. Y esto impide que lleguen a las familias. ¿Qué está pasando? ¿Es por [la publicidad](#)?

Los niños se creen los anuncios. No se dan cuenta de que son una estrategia de las empresas para vender sus productos. Por eso son tan vulnerables frente a la publicidad. Necesitan más protección.

Pero ¿no hay una ley que haga que esta publicidad engañosa no llegue a los niños?

Algunos datos para reflexionar

Los niños ven la [televisión](#) unas dos horas y media al día. Eso hace que vean 95 anuncios al cabo del día. Eso son más de 34.000 anuncios al año.

En España, en un año, se hacen unas 5.000 campañas de productos que tienen como objetivo el público infantil. 4 de cada 5 alimentos que se anuncian en los espacios infantiles son de [comida poco sana](#).

Los anuncios influyen en el 43% de las compras de cada familia. Un tercio de las compras hechas por niños de 4 a 12 años son alimentos y bebidas.

Con [internet y las redes sociales](#) el problema es cada vez mayor. Consiguen llegar a los niños. Así tienen información con la que pueden personalizar el mensaje y actuar a tiempo. Por ejemplo mandando al móvil cupones descuento de cosas que le interesan al adolescente.

¿Qué regula hoy, en España, la publicidad de los alimentos dirigida a niños?

Está regulada por un [código ético voluntario](#) que se llama **Código PAOS** (Publicidad, Actividad, Obesidad y Salud). Estas medidas voluntarias están apoyadas por los Ministerios de Sanidad y Consumo dentro de la [estrategia NAOS](#) (Nutrición, Actividad Física y Prevención de la Obesidad). Para comprobar que se cumpla se ha creado una organización privada, la Asociación para la Autorregulación de la Comunicación Comercial ([Autocontrol](#)). En ella están los medios de comunicación y la industria alimentaria.

Pero el código PAOS no se cumple. Ni por las empresas que lo han apoyado ni por las que no lo han hecho. Más de la mitad de las empresas que se han adherido al código, no lo cumplen. La OMS dice que lo que se está haciendo es insuficiente.

Realmente el código PAOS es algo hecho y promocionado por la industria. Por tanto, responde a sus intereses.

Lo que tenemos no está funcionando bien.

¿Cómo se debería regular la protección de los niños frente a la publicidad?

Necesitamos una ley que haga que los niños solo puedan ver anuncios de alimentos y bebidas sanas.

Esa ley debería:

- Regular todos los medios de comunicación: televisión, cine, radio, internet, cartelería, videojuegos, telefonía móvil, periódicos y revistas infantiles, transporte público...
- Afectar a todas las formas en las que se pueda promocionar: anuncios, promociones, publlirreportajes, sobreimpresión durante los programas, emplazamiento de producto y banners, tele tienda. También debe impedir la promoción de alimentos no saludables en eventos deportivos o cualquier otro en el que participen menores. Y prohibir, para alimentos poco saludables, los avales de asociaciones relacionadas con la salud.
- Impedir el uso de técnicas de marketing como descuentos, regalos, concursos, juguetes, coleccionables u otros elementos que atraigan a los niños.
- Ser cumplida en todo el horario infantil. Pero también evitar la emisión de programas dirigidos al público infantil o familiar, fuera del horario infantil. Hay muchos programas así, que van dirigidos a la familia y en los que participan menores (por ej. programas del tipo “La Voz Kids”, “Master chef junior”) y en los que también debería ser obligatoria esta regulación.

¿Y los padres podemos hacer algo?

Pues claro, aquí van algunas ideas:

- Revisa la [lista de la compra](#). Elige sobre todo alimentos no procesados.
- Conoce las [estrategias que usan las empresas](#) para vender sus productos. No caigas en sus trucos.
- Aprende a [leer la composición nutricional](#) de los productos. No compres sobre todo los que llevan [azúcar](#) y [grasas saturadas](#).
- Haz que tus hijos pasen menos tiempo frente a las [pantallas](#). Recuerda que los menores de 2 años no deberían estar nada. Los mayores deben tener el tiempo limitado. Siempre bajo tu supervisión.
- Dales ejemplo usando bien tu móvil, internet y redes sociales.
- Enseña a los adolescentes a diferenciar, en la publicidad, lo que es información y lo que es promoción de un producto.
- Apoya iniciativas de diferentes asociaciones en favor de una ley y un control de la publicidad de alimentos no saludables para niños. Por ejemplo, la de la Alianza por una alimentación saludable en: <https://defiendeme.org/soluciones/> y su iniciativa de carta al Ministerio de Consumo: <https://defiendeme.org/wp-content/uploads/2020/11/Carta-Ministerio.pdf>

Autor/es:

- [Paloma Hernando Helguero](#). Pediatra. Centro de Salud "Ramón y Cajal". Alcorcón (Madrid)

