

A la atención de Pedro Sánchez Pérez-Castejón
Presidente del Gobierno de España

En 2022, el Ministerio de Consumo aprobó el borrador de Real Decreto para regular la publicidad de alimentos insanos dirigida al público infantil. Esta propuesta, la primera con rango legal y que tiene en cuenta el perfil nutricional de los productos anunciados, representaría un gran avance en la protección de la infancia y adolescencia en España, cuyos derechos son constantemente socavados por la presencia masiva de publicidad persuasiva y engaños de alimentos y bebidas insanos por múltiples canales (televisión, cine, radio, internet, exteriores, patrocinio de eventos deportivos y culturales dirigidos a niñas, niños y adolescentes, empaquetado de alimentos, estadios, etc.).

De acuerdo con la Convención de los Derechos del Niño, la Constitución Española, la Ley Orgánica de Protección Legal de los Menores y resto de normativa aplicable, el Gobierno tiene la obligación de regular la publicidad de alimentos y bebidas no saludables a la que están expuestos los y las menores para proteger sus derechos a la salud, la información veraz, la educación (en hábitos alimentarios saludables), la privacidad (frente a la publicidad en línea personalizada), el ocio saludable y la no discriminación, por tratarse de una población especialmente vulnerable. Además, afecta especialmente a las familias de clases socioeconómicamente más desfavorecidas, más expuestas a este tipo de publicidad y más susceptibles a sus efectos perniciosos, según evidencia la literatura científica.

La regulación de la publicidad de alimentos y bebidas insanos a la que están expuestos los y las menores es una de las herramientas más efectivas para proteger sus derechos, empezando por el derecho a la salud, y para apoyar a sus familias en la crianza saludable. La medida, en línea con las recomendaciones de sociedades científicas y profesionales de salud pública, nutrición y pediatría, UNICEF y la Organización Mundial de la Salud, se ha puesto en marcha recientemente en otros países, entre ellos algunos de nuestro entorno, como Portugal o el Reino Unido, y cuenta con gran apoyo de la población española.

La regulación de la publicidad de alimentos y bebidas insanos es una de las medidas prioritarias del Plan Estratégico Nacional para la Reducción de la Obesidad Infantil 2022-2030, promovido desde la Presidencia del Gobierno. La elaboración del plan ha sido coordinada por el Alto Comisionado contra la Pobreza Infantil y ha contado con una alianza intersectorial de instituciones y organizaciones científicas, empresariales, del tercer sector y de las administraciones públicas, con la participación de quince ministerios del Gobierno de España. Por todo ello, resulta incoherente que la propuesta de regulación lanzada por el Ministerio de Consumo en la anterior legislatura siga congelada, cuando de lo que se trata es de proteger los derechos de la infancia que cuenta con sólidas bases científicas, éticas y legales.

Es un error seguir apostando por la autorregulación, posición que siempre ha defendido la industria alimentaria pese a que es una medida que se ha demostrado inefectiva para proteger a la población de la exposición a la publicidad de alimentos no saludables. En base a las pruebas científicas procedentes de estudios en países donde se han aplicado medidas de autorregulación, incluidos numerosos estudios realizados en España, organizaciones como UNICEF y la OMS instan a los países a promover medidas legislativas de obligado cumplimiento para proteger a la infancia y adolescencia de la publicidad de alimentos y bebidas no saludables.

El elevado consumo de alimentos ultraprocesados no saludables desde la infancia es alarmante. Algunos, como los refrescos y bebidas energéticas, se están consumiendo desde edades muy tempranas con un efecto muy pernicioso en su salud presente y futura. Y, por otro lado, la escasa promoción de productos con claros beneficios para la salud y el medio ambiente, como los productos frescos, los ecológicos y los de temporada, dificultan la elección de hábitos de consumo saludables.

Como miembros de organizaciones e instituciones públicas, científicas y del tercer sector de la sociedad civil, que hemos participado activamente en la elaboración del Plan Estratégico Nacional para la Reducción de la Obesidad Infantil 2022-2030, pedimos al presidente del Gobierno de España, el señor Pedro Sánchez Pérez-Castejón, que recupere e impulse la regulación de publicidad de alimentos y bebidas insanos dirigida a la población infantil.

Con esta medida, que cuenta con una sólida fundamentación ética y científica y los avales legales preceptivos, contribuiremos de manera notable a mejorar la protección de los derechos de la infancia y adolescencia y promover la salud pública. Impulsada por la Alianza por una Alimentación Saludable, el llamamiento para regular la publicidad de alimentos y bebidas insanas ha recibido el apoyo de cerca de un centenar de organizaciones de la sociedad civil, entre las que cabe destacar la Sociedad Española de Médicos Generales y de Familia, la Coordinadora de ONG, el Consejo General de la Psicología y la Asociación Española Contra el Cáncer, entre muchas otras. A esta reivindicación se suma la carta aparecida en la revista The Lancet, bajo el título “España frente al desafío de regular la publicidad de comida insana”, y firmada por la Escuela Nacional de Sanidad del Instituto de Salud Carlos III, la Confederación Española de Asociaciones de Padres de Alumnos (CEAPA), Unicef en España, la fundación Gasol y la Sociedad Española de Epidemiología (SEE).

Agradeciendo de antemano su atención, Justicia Alimentaria, la Confederación Española de Consumidores y Usuarios (CECU), la Confederación Española de Asociaciones de Padres y Madres de Alumnado (Ceapa), la Sociedad Española de Salud Pública y Administración Sanitaria (Sespas), Amigos de la Tierra y Medicus Mundi.

