



# Defiéndeme

**La Alianza por una Alimentación Saludable celebra el anuncio del Ministerio de Consumo sobre la regulación de la publicidad infantil**

*La [Alianza por una Alimentación Saludable](#) reclama desde hace años una ley que garantice que la población infantil únicamente pueda verse expuesta a publicidad de alimentos y bebidas saludables.*

2 de noviembre de 2021. [Las organizaciones que forman parte de la Alianza por una Alimentación Saludable](#) celebran el anuncio del Ministerio de Consumo sobre la regulación de la publicidad infantil.

La campaña [Defiéndeme](#), promovida por estas seis mismas organizaciones, nació con el firme propósito de lograr la prohibición de la publicidad de alimentos perjudiciales para la salud, por lo que celebra el anuncio del Ministerio de Consumo para iniciar un proceso de regulación y limitación de la publicidad de alimentos no saludables para público infantil.

**La población infantil ve una media de 15-20 anuncios de alimentos y bebidas no saludables al día por televisión y 20-25 por internet, lo que supone más de 1000 impactos al mes para incitarle a consumir productos altos en calorías, grasas saturadas, azúcares y sal, a lo que hay que sumar la exposición a la publicidad callejera, especialmente en ciudades, y la de los eventos deportivos, también los dirigidos a menores.** En España, a lo largo de un año se crean alrededor de 5.000 campañas de distintos productos cuyo objetivo es el público infantil.

[La campaña Defiéndeme](#) ha alertado durante años de la **vulnerabilidad de la infancia ante este tipo de publicidad**, en la que confía, pues no entiende la dimensión persuasiva de la misma. La industria alimentaria es consciente de ello y ejerce una presión intensa para publicitar sus productos **bajo el paraguas de una autoregulación absolutamente ineficaz.**

Así, alrededor del **80% de los anuncios** de alimentación procesada destinados a niños y niñas publicitan **productos con un contenido elevado de calorías, sal, grasas de mala calidad o azúcares refinados.** Los efectos en la salud son preocupantes: en torno al **35% de la población infantil del Estado padece**

**obesidad o sobrepeso.** Estas cifras de obesidad y sobrepeso infantil del Estado español nos sitúan **en los primeros lugares del ranking mundial.**

Según las organizaciones de **Alianza**, **4 de cada 5 alimentos o bebidas a los que están expuestos los niños son de comida insana.** El mensaje predominante que llega al telespectador infantil y juvenil que recibe estos anuncios va justo en la dirección opuesta a una educación alimentaria basada en una dieta equilibrada y puede minar los esfuerzos de las campañas institucionales para combatir la obesidad infantil mediante la promoción de una alimentación saludable.

Las organizaciones que formamos parte de la Alianza demandamos un sistema de regulación, con rango legal apropiado, **que garantice que la población infantil únicamente se vea expuesta a publicidad de alimentos y bebidas saludables, con un perfil nutricional acorde con las recomendaciones de los expertos.**

Finalmente, celebramos que para seleccionar los productos saludables, cuya publicidad sería permisible, se aplique el perfil nutricional de la región europea de la OMS, diseñado para este fin.

*La Alianza por una Alimentación Saludable está promovida por organizaciones diversas como **Justicia Alimentaria**, **SESPAS** (Sociedad Española de Salud Pública y Administración Sanitaria), **CEAPA** (Confederación Española de Asociaciones de Madres y Padres de alumnos), **MedicusMundi**, **Amigos de la Tierra** y **Ecologistas en Acción.***

[Vídeo](#) de la campaña

Para más información: [Defiéndeme](#)

