

## El Reino Unido aparta la comida basura de la televisión

La publicidad por emplazamiento consiste en incluir en un programa televisivo el producto que desea promocionarse. La consulta, realizada en noviembre de 2009 por el Ministerio de Cultura, Medios de Comunicación y Deportes, ya se había llevado a cabo con anterioridad, en el año 2008.

Jackie Schneider, coordinadora de la campaña “Los Alimentos de los Niños”, de la organización de fomento de los alimentos y la agricultura sana “Sustain”, afirma: “Es una buena noticia que la presión masiva de las organizaciones de protección de la salud, del consumidor y de los niños, haya obligado al Ministro a modificar sus planes sobre la publicidad por emplazamiento de la comida basura”.

Sin embargo, Schneider afirma tener dudas sobre el futuro de esta decisión: “No queremos que se siga adelante con la publicidad por emplazamiento en general. Esto podría provocar que un futuro gobierno acabara permitiendo el emplazamiento publicitario de la comida basura. A los partidos políticos les tiene que quedar claro que cualquier intento de reintroducir la publicidad de este tipo de alimentación se encontrará con la implacable oposición que ha logrado su actual exclusión.”

En del Reino Unido, según datos de la organización “Sustain”, el 92% de los niños consume más grasas saturadas de lo recomendable, el 86% consume demasiado azúcar, el 72% consume demasiada sal y el 96% no toma suficientes frutas y verduras. La inadecuada nutrición infantil y sus consecuencias, en especial la obesidad, está reconocida como uno de los problemas de salud pública más importantes del país. El Reino Unido cuenta con el mayor número de casos de obesidad de Europa.

La campaña de “Sustain” ha recibido el apoyo de numerosas organizaciones de todo el país.

Nota de prensa de “Sustain” (en inglés)

Fuente

*(fin del artículo)*