

Tribuna

La escuela como espacio libre de publicidad

Joan Quiles i Izquierdo

Área de Nutrición Comunitaria. FISABIO. Sección de Educación para la Salud. Dirección General de Salud Pública. Conselleria de Sanidad Universal y Salud Pública. Generalitat Valenciana.

Hace algo más de cinco años (el 21 de mayo de 2010) la 63 Asamblea Mundial de la Salud, adoptó una resolución sobre la *Promoción de alimentos y bebidas no alcohólicas dirigida a los niños*, en la que se instaba a los Estados Miembros a determinar un enfoque normativo adecuado a su realidad y a que formularan o reforzaran las políticas vigentes con la finalidad de reducir el efecto de la publicidad de alimentos ricos en grasas saturadas, ácidos grasos de tipo *trans*, azúcares libres o sal en los niños¹.

Las escuelas, guarderías y otros establecimientos educativos son instituciones privilegiadas que actúan "en lugar de las madres y padres" y nada de lo que ocurre en ellas debería perjudicar el bienestar de los niños. Por lo tanto, el bienestar nutricional de los niños en las escuelas debe ser objeto de una atención prioritaria y sentar educacionalmente los cimientos para el bienestar de los menores en esta etapa. Todo ello congruente con la recomendación formulada en la *Estrategia Mundial sobre Régimen Alimentario, Actividad Física y Salud*² donde se instaba a los gobiernos a adoptar políticas para apoyar un régimen alimentario saludable en las escuelas. Y bajo el prisma del cual se establece una recomendación para proteger a los niños de la publicidad:

"Los entornos donde se reúnen los niños deben estar libres de toda forma de promoción de alimentos ricos en grasas saturadas, ácidos grasos de tipo trans, azúcares libres o sal. Dichos entornos incluyen, sin carácter limitativo, guarderías, escuelas, terrenos escolares, centros preescolares, lugares de juego, consultorios y servicios de atención familiar y pediátrica, y durante cualquier actividad deportiva o cultural que se realice en dichos locales."

Un año más tarde en 2011, se promulgó en España la Ley de Seguridad Alimentaria y Nutrición (Ley 17/2011), en la que por primera vez se estableció un marco legal básico común aplicable tanto al conjunto de las actividades que integran la seguridad alimentaria como las que atañen a la consecución de hábitos nutricionales y

de vida saludables. En ella en su capítulo VII, con el objetivo de desarrollar la Estrategia NAOS³, se recogieron aspectos relativos a la alimentación saludable, la actividad física y la prevención de la obesidad. A través de su articulado se estableció la revisión quinquenal de la estrategia, el reconocimiento de las materias a través de los premios NAOS, la prohibición de "cualquier discriminación directa o indirecta por razón de sobrepeso u obesidad", la creación del Observatorio de la Nutrición y de Estudio de la Obesidad, la prevención de obesidad a través de los servicios de salud y la toma de medidas en el ámbito escolar (Art. 40).

Para ello en 2013, en el contexto del Grupo de trabajo técnico de la Agencia Española de Consumo, Seguridad Alimentaria y Nutrición (AECOSAN) con las Comunidades Autónomas, se acordó el desarrollo del artículo 40.7 de la Ley de Seguridad Alimentaria y Nutrición, concretados en un documento de consenso denominado: "Criterios para la autorización de campañas de promoción alimentaria, educación nutricional o promoción del deporte o actividad física en escuelas infantiles y centros escolares, cuyo objetivo sea promover una alimentación saludable, fomentar la actividad física y prevenir la obesidad"⁴, aprobado el 29 de julio de 2015 por el Consejo Interterritorial del Sistema Nacional de Salud. Con el se ha dado un importante paso adelante para evitar las interacciones perversas entre la industria y los escolares.

La idea base de este documento es contemplar el entorno escolar (escuelas infantiles y centros escolares independientemente de su titularidad) como espacios de especial protección de toda forma de publicidad. El documento describe el procedimiento para realizar cualquier campaña o programa de promoción alimentaria, educación nutricional o promoción de la actividad física o deporte que tengan por objetivo promover una alimentación saludable, fomentar la actividad física y prevenir la obesidad. Establece que para poder realizar cualquier campaña o programa se deberá disponer de la autorización previa de las autoridades educativas y que para ello la misma contará con la adhesión a ciertos criterios establecidos: que no se realice publicidad de ninguna marca comercial ni se distribuyan productos, incentivos o regalos con marcas, logotipos o referencias publicitaria; se garantizará que ninguna campaña, actividad y/o material incluida en la iniciativa autorizada induzca a error, ni sea

Correspondencia: Joan Quiles i Izquierdo.
Área de Nutrición Comunitaria, FISABIO.
Sección de Educación para la Salud.
Dirección General de Salud Pública.
Conselleria de Sanidad Universal y Salud Pública.
Generalitat Valenciana.
E-mail: quiles_joa@gva.es

ambigua ni engañosa; que los mensajes estén basados en la evidencia científica; que no se promocióne el consumo de sal, grasas saturadas, grasas trans o azúcares añadidos y, que tenga en cuenta la diversidad, la equidad, el respeto, las cuestiones socioculturales y la sostenibilidad alimentaria. Por supuesto que para ello, se exige además, la información de todos los miembros de la comunidad educativa a través de sus órganos de participación (consejo escolar) y en especial, de las familias por los medios que se consideren adecuados (notas informativas, tablón de anuncios, asociaciones de madres y padres u otros).

Por supuesto, que para garantizar la consecución de un ambiente escolar "libre de publicidad" quedaran detalles por corregir. Y aunque este desarrollo de la normativa que iniciará su andadura a principios de 2016, será de gran ayuda, deberá ser completado con competencias educativas que desarrollen en los escolares un espíritu crítico para que sepan interpretar y defenderse de los mensajes de la publicidad.

Referencias

1. Organización Mundial de la Salud (2010). Conjunto de recomendaciones sobre la promoción de alimentos y bebidas no alcohólicas dirigida a los niños Disponible en: http://whqlibdoc.who.int/publications/2010/9789243500218_spa.pdf
2. World Health Organization. Global Strategy on Diet, Physical Activity and Health. Geneva: WHO; 2004. Disponible en: <http://www.who.int/dietphysicalactivity/goals/en/index.html>
3. Agencia Española de Seguridad y Nutrición del Ministerio de Sanidad y Política Social. Estrategia NAOS. Invertir la tendencia de la obesidad. Estrategia para la Nutrición, Actividad Física y Prevención de la Obesidad. Madrid: Ministerio de Sanidad y Política Social 2005. Disponible en: www.naos.aesan.mspes.es/naos/ficheros/estrategia/estrategianaos.pdf.
4. Agencia Española de Seguridad y Nutrición (AECOSAN). Criterios para la autorización de campañas de promoción alimentaria, educación nutricional o promoción del deporte o actividad física en escuelas infantiles y centros escolares, cuyo objetivo sea promover una alimentación saludable, fomentar la actividad física y prevenir la obesidad. Madrid: Ministerio de Sanidad, Servicios Sociales e Igualdad, AECOSAN, 2015. Disponible en: http://www.aecosan.msssi.gob.es/AECOSAN/docs/documentos/nutricion/educanaos/criterios_autorizacion.pdf