

La publicidad de refrescos para niños se restringirá a fin de frenar la obesidad

Redacción. Santiago

Los principales fabricantes de refrescos acordaron ayer restringir la publicidad dirigida a los niños en sus campañas europeas como apoyo a la estrategia lanzada por la UE para frenar el ascenso de la obesidad entre los menores, en consonancia con la diseñada por el Ministerio de Sanidad, que contó con el asesoramiento de un buen número de expertos sanitarios gallegos.

La decisión fue anunciada por la federación de fabricantes europeos que incluye a Coca-cola, Pepsi, Unilever o Cadbury Schweppes. "Éste es un movimiento muy significativo de la industria", aseguró Stephen Kehoe, vicepresidente de PepsioCo Europa.

Sainz pide apoyo al diabético

La medida también podría ayudar a frenar el ascenso de casos de diabetes entre los menores. En torno a esta enfermedad, la diputada popular María Jesús Sainz ha presentado una proposición no de ley para la elaboración de unos protocolos que incluyan la información necesaria y las pautas que deben seguir los profesores o cuidadores en centros escolares donde se encuentren niños que presenten cuadros de diabetes".

El objetivo de esta proposición es facilitar el día a día de los alumnos y ayudar a los padres que, "en muchos casos, son los que tienen que estar pendientes de los tratamientos y seguimientos de los niños en las propias escuelas".

La diputada María Jesús Sainz lleva al Congreso otra proposición sobre el fomento de hábitos deportivos en las mujeres. La diputada propone realizar campañas sobre los efectos beneficiosos de la actividad física sobre la salud centradas en las niñas en edad escolar y promover la participación de la mujer en las federaciones deportivas.