



**Consell
de l'Audiovisual
de Catalunya**

Recomanacions sobre el tractament de l'anorèxia i la bulímia nervioses als mitjans de comunicació audiovisual

Setembre 2007

Recomanacions sobre el tractament de l'anorèxia i la bulímia nervioses als mitjans de comunicació audiovisual

Consideracions generals

La presència als mitjans de comunicació dels trastorns de la conducta alimentària (TCA), patologies complexes i amb causes multideterminades, i especialment el tractament que se'n fa en els diversos gèneres i formats (informació, ficció, publicitat, magazins, debats...), té una gran transcendència. Incideix en la dieta, en els hàbits alimentaris i en la imatge física, molt especialment en la de les dones i dels infants, adolescents i joves.

És important que, a través del tractament de l'anorèxia i la bulímia nervioses per part dels mitjans de comunicació, es fomenti la **diversitat de models** (corporals, de bellesa...) i que el valor recaigui precisament en aquesta diversitat.

L'acció dels mitjans de comunicació també és significativa en la mesura que poden difondre **models més realistes**, tot evitant la projecció pública d'estereotips susceptibles de ser contraris a la salut i defugint també d'identificar i valorar les persones exclusivament pel seu aspecte físic.

Els i les professionals dels mitjans audiovisuals han de ser **sensibles i rigorosos** davant d'unes **malalties greus** que apareixen cada cop en edats més primerenques, atesa la influència que poden exercir en algunes persones els continguts i/o imatges que surten en aquests mitjans.

Sovint també **hi ha contradicció entre els missatges que, de manera simultània, es difonen**: d'una banda, imatges de noies extrema-

dament primes i, de l'altra, la incitació a consumir productes de l'anomenat "menjar porqueria".

Mereix una referència especial l'àmbit de la **publicitat**, que està més regulat i que té una incidència considerable en els hàbits alimentaris de les persones. Atès que una part de la **publicitat** és **institucional**, caldria que les institucions tinguessin una cura especial a l'hora de difondre la diversitat de models corporals i de bellesa en les seves campanyes.

En aquest marc el Consell de l'Audiovisual de Catalunya proposa les recomanacions següents:

Recomanacions en relació amb la publicitat

La llei 22/2005, de 29 de desembre, de la comunicació audiovisual de Catalunya, a l'article 92.1, c), considera il·lícites la publicitat i la televenta que fomenten males pràctiques alimentàries o qualsevol altre comportament perjudicial per a la salut. L'article 96.1, a) estableix que la publicitat i la televenta no han d'incitar directament els menors a comprar un producte o contractar un servei de manera que n'exploti la inexperiència o la credulitat.

El Reial Decret 1430/1997, de 15 de setembre, pel qual s'aprova la reglamentació tecnicosanitària específica dels productes alimentaris destinats a ser utilitzats en dietes de baix valor energètic per a la reducció de pes, estableix que l'etiquetatge, la publicitat i la presentació d'aquests productes no contindran cap referència al ritme o a la

magnitud de la pèrdua de pes a què pot portar el seu consum, a la disminució de la sensació de gana, ni a l'augment de la sensació de sacietat (article 4.3).

El Reglament europeu relatiu a les declaracions nutricionals i de propietats saludables en els aliments obliga que expressions com *light*, "baix en calories", "sense sucre afegit" o "sense matèria grassa" es basin en evidències científiques contrastades i reals.

Per tal de complir adequadament la legislació vigent, es **recomana**:

1. La publicitat de productes destinats a la pèrdua de pes (saciant, dietètic, restrictiu, limitador, bloquejador, substitutiu o de control) ha de ser **clara i no provocar confusió** en les persones, i s'ha de tenir una cura especial en evitar l'engany. En conseqüència cal:

- a) No presentar els productes com a miraculosos.
- b) No atorgar als productes propietats nutritives que no tinguin.
- c) No presentar aquests productes com a "imprescindibles" en la dieta de les persones.

2. En horari protegit, cal no incloure publicitat de productes destinats a la pèrdua de pes, atesa la confusió que pot generar en infants i joves. S'ha de tenir també en compte l'efecte imitatiu que poden provocar certes conductes.

3. En horaris no protegits, cal evitar la publicitat de productes o serveis destinats a la pèrdua de pes que:

- a) Puguin resultar nocius o perjudicials per a la salut o que continguin suplementos nutricionals innecessaris.

- b) Inciti a consumir aliments poc saludables o no expliciti clarament la manera en la qual s'aconseguirà l'aprimament.
- c) Fomenti la confusió entre les propietats del producte i el prestigi de l'actor o presentador que l'anuncia.

4. La publicitat dels productes alimentaris ha d'anar **avalada per un o una dietista**.

5. La publicitat de productes i begudes ensucrats, salats o greixosos (llaminadures, *snacks*...) **no els pot presentar o suggerir com a substituïdors dels àpats habituals**, en especial quan s'adreça a infants i adolescents.

6. En els anuncis de productes destinats a la pèrdua de pes s'aconseïa incloure un text sobreimprès o en locució que adverteixi que utilitzats abusivament poden generar un trastorn de la conducta alimentària i que requereixen una supervisió mèdica.

7. Caldria elaborar un codi d'autoregulació de la publicitat de productes o serveis destinats a la pèrdua de pes per prevenir els TCA, com l'anorèxia i la bulímia nervioses.

Recomanacions en relació amb l'elaboració de continguts audiovisuals

Les empreses públiques i privades que elaboren continguts audiovisuals, atenent a la responsabilitat social que tenen contreta, en el cas que abordin un tema relacionat amb els TCA hauran de fer-ho amb

una sensibilitat especial davant les malalties. En aquest sentit, es recomana:

8. Diversificar les fonts informatives i demanar assessorament a persones acreditades per la professionalitat (titulació i experiència, especialització en els TCA, tractament i contacte amb infants i adolescents...). Resulta imprescindible consultar fonts especialitzades procedents de l'àmbit sanitari (psicologia, psiquiatria, dietètica...) o social (sociologia, pedagogia, educació social...) que tinguin contacte directe amb els TCA i també cal considerar com a font informativa persones que pateixin o hagin superat les malalties, o familiars d'aquestes.

9. L'anorèxia i la bulímia nervioses s'han d'explicar en el seu context, amb els símptomes, el tractament i les possibles conseqüències. **Cal evitar la simplificació, banalització i descontextualització** de la malaltia.

10. És molt important que l'aspecte físic de les persones que apareguin als mitjans sigui saludable i es correspongui amb la realitat: grasses, primes, altes, baixes, etc. En aquest sentit, cal fomentar la diversitat física i defugir l'homogeneïtzació i els cànons d'estètica que consideren un valor essencial el fet d'estar molt prim. Així, els mitjans haurien de:

- a) Mostrar i donar importància als trets psicològics i intel·lectuals de les persones i no només als físics.
- b) Distingir clarament entre bellesa i salut.

11. Cal presentar situacions on es promocionin els hàbits saludables derivats d'una alimentació correcta. Qualsevol incitació al consum que pugui perjudicar la salut hauria d'anar acompanyada de conductes

responsables i crítiques o de l'exemplificació de les conseqüències derivades de les actituds i dels hàbits no saludables.

12. Les empreses audiovisuals, en funció de la seva dimensió i possibilitats, han d'afavorir i incentivar la formació d'aquelles persones que han d'abordar els TCA i, en concret, l'anorèxia i la bulímia nervioses.

13. Descriure les persones que pateixen un TCA i la seva realitat amb paraules i expressions que les representin amb dignitat.

a) Referir-se a la persona i no denominar-la per la malaltia, sempre que sigui possible.

b) Evitar l'ús d'un llenguatge discriminatori o que incorpori prejudicis genèrics en l'abordament dels TCA. Si bé la majoria d'afectats per un TCA són noies, cada cop hi ha més nois que en pateixen, per la qual cosa no es podrà generalitzar ni considerar-los patologies exclusives de les dones.

14. Quan es tracti directament una malaltia considerada com a TCA, convé **evitar el sensacionalisme i la morbositat**, tant pel que fa a la forma (imatges només de noies extremadament primes, primers plans de menjar) com pel que fa al contingut (missatge verbal).

15. Davant d'un TCA cal posicionar-se com quelcom a evitar. Això significa **tenir molta cura amb el tipus d'informació que es proporciona** per l'efecte contrari que pot provocar, malgrat que no sigui la intencionalitat del contingut. Pot ser perillós per al col·lectiu considerat de risc. D'aquesta manera, es recomana:

a) No mencionar cap nom de medicament utilitzat per perdre pes, com ara laxants, purgants, diürètics, etc., ni similars.

b) No facilitar cap adreça d'internet de webs proAna o proMia (abre-

viatures de proanorèxia i probulímia, respectivament), que inciten preferentment noies a seguir conductes qualificades com a trastorns alimentaris.

c) No establir llistats de consells o mètodes seguits per aprimar-se, ni de dietes de cap tipus.

d) Facilitar informació i telèfons d'ajuda d'associacions, centres privats i administracions públiques especialitzats en TCA, que poden donar suport a les persones malaltes o als familiars.

16. Evitar la inclusió de dietes en programes destinats a menors de 18 anys. En els programes adreçats a adults, les dietes han d'anar avalades per dietistes i metges, i dins de seccions de salut clarament identificades.

17. Els mitjans haurien de fomentar l'autoregulació i la creació d'instàncies o mecanismes que vetllin per la qualitat del tractament dels temes relacionats amb l'anorèxia i la bulímia nervioses. En aquest sentit es recomana estimular l'adopció de codis deontològics professionals específics sobre el tractament audiovisual dels TCA i/o l'elaboració de criteris d'estil propis del mitjà o del grup, que minimitzin l'efecte dels estereotips i cànons estètics de primesa i esveltesa que es desprenen de determinats continguts audiovisuals.

18. Respectar el dret a la intimitat de les persones que pateixen un TCA, així com el dels seus familiars, complint el codi deontològic de la professió periodística a Catalunya. Caldrà, doncs, demanar el consentiment tant a les afectades i afectats com als seus familiars per emetre certes imatges que puguin violar el seu dret a la intimitat o a la pròpia imatge. En cap cas no s'aconseguiran declaracions de persones afectades amb el sistema de càmera oculta.

19. Cal reforçar la fase de documentació per a l'elaboració dels guions i consultar persones expertes en anorèxia i bulímia nervioses. Si es tracta la malaltia patida per algun personatge, s'ha de **tenir una cura especial en "l'efecte d'imitació"**, per la qual cosa s'ha de presentar com a malaltia greu tractable per un equip de metges interdisciplinari. En tot cas, s'ha de procurar que l'evolució de la malaltia quedi ben explicada i tancada en la mesura del possible.

20. Cal defugir els estereotips que perpetuen uns cànons de bellesa extremadament prims i evitar limitar-se als arquetips representats pel personatge principal prim, esvelt, alt i bell i un personatge secundari, que sol ser el millor amic o confident del principal, gras, baix i lleig.

> A la televisió

21. Amb el valor afegit que aporta la imatge a la televisió, s'han d'evitar aquelles imatges que només mostrin el cos gairebé esquelètic de les noies que pateixen anorèxia o bulímia nervioses, ja que és una patologia que no només té conseqüències en el físic, sinó que també poden produir seqüeles psicològiques.

> A la ràdio

22. Tenint en compte que només hi ha àudio, caldrà ser especialment curós amb el llenguatge i precís amb el vocabulari, evitant sobretot crear imatges mentals que puguin portar a l'error o a la confusió.

> A internet

23. És convenient l'aprovació d'un codi ètic d'internet que inclogui el tractament de malalties com els TCA com a contingut amb el qual s'ha de tenir una cura especial.

24. Els responsables d'allotjament de webs i els moderadors de blocs i fòrums han de ser curosos i sensibles davant de tots aquells continguts que facin apologia o incitin algú a desenvolupar un TCA, i adoptar mecanismes d'autoregulació per prevenir els webs, blocs i fòrums d'aquest tipus.

Recomanacions adreçades als usuaris dels mitjans

25. Els pares i mares, com a responsables de l'educació dels fills, han de fomentar l'esperit crític davant els mitjans de comunicació i sobretot davant dels cànons estètics de primesa extrema en infants, adolescents i joves, ja que es considera col·lectiu de risc.

26. Les persones que pateixen un trastorn de la conducta alimentària i els seus familiars, així com les associacions professionals que treballen per combatre-les, han de denunciar qualsevol tractament no adequat de la malaltia o abús per part de la publicitat i els mitjans de comunicació a les autoritats competents.

Entitats, associacions i institucions consultades

- Agència de Qualitat d'Internet (IQUA)
- Agrupació de Televisions Digitals Independents (TDI)
- Associació Catalana de Ràdio (ACR)
- Associació Contra l'Anorèxia i la Bulímia (ACAB)
- Associació de Concessionaris de TDT local a Catalunya
- Catalunya Ràdio
- Col·legi Oficial d'Infermeria de Barcelona
- Col·legi Oficial de Metges de Barcelona (COMB)
- Consorci Local i Comarcal de Comunicació (CLCC)
- Departament de Salut de la Generalitat de Catalunya
- Federació de Ràdios Locals de Catalunya
- Fòrum d'entitats de persones usuàries de l'audiovisual
- Td8
- Televisió de Catalunya (TVC)
- Xarxa Audiovisual Local (XAL)



**Consell
de l'Audiovisual
de Catalunya**

Entença, 321 - 08029 Barcelona
Tel. 933 632 525 Fax 933 632 478
www.cac.cat
audiovisual@gencat.net



Generalitat de Catalunya