

NƯỚC NGỌT CẦN CÓ NHÃN CẢNH BÁO NHƯ THUỐC LÁ?

Các loại nước ngọt cần được dán nhãn cảnh báo về tác hại đối với sức khỏe để chúng không được chấp nhận về mặt xã hội như thuốc lá.

Giáo sư Simon Capewell, chuyên gia y tế công cộng tại Trường Đại học Liverpool, kêu gọi cần có những quy định mới để yêu cầu các nhà sản xuất phải cảnh báo người dùng về sự góp phần của nước ngọt có ga vào bệnh béo phì, tiểu đường và sâu răng.

Viết trên tờ British Medical Journal, giáo sư Capewell cho biết 1/3 số trẻ em và 2/3 số người lớn ở Anh hiện đang bị thừa cân hoặc béo phì.

Giáo sư Capewell cho rằng nhãn cảnh báo sẽ là “một thử nghiệm tự nhiên đáng chú ý có thể mang đến một chiến lược mới, hiệu quả, bổ sung cho những can thiệp mạnh tay hiện có như cấm tiếp thị và thuế đánh vào nước ngọt”.

Lời kêu gọi này bắt nguồn từ một nghiên cứu của Trường Đại học Glasgow (Anh) công bố hồi đầu năm nay cho thấy người dân đang đánh giá thấp hàm lượng đường trong những đồ uống được coi là những lựa chọn “lành mạnh”.

Hơn 2.000 người trên khắp nước Anh được đề nghị ước tính xem có bao nhiêu thìa đường trong một số loại đồ uống khác nhau.

Trong khi nhiều người tính quá lượng đường trong nước ngọt có ga, thì họ lại đánh giá thấp đáng kể lượng đường trong nước sinh tố và một số loại nước ép trái cây.

Phản bác lại quan điểm này, Gavin Partington, tổng giám đốc của Hội nước ngọt Anh, cho rằng việc cố đổ tội cho một nhóm sản phẩm về một vấn đề phức tạp như béo phì là “sai lầm”. Ông nói thêm rằng nước ngọt đã có đầy đủ nhãn dinh dưỡng, bao gồm hàm lượng calo, in trên bao bì.

Béo phì là một vấn đề phức tạp hơn nhiều so với cách tiếp cận đơn giản của giáo sư Capewell và việc cố đổ tội cho một nhóm sản phẩm là sai lầm, nhất là khi chúng chỉ chiếm có 3% lượng calo trong chế độ ăn bình thường.

“Nước ngọt có thể là một phần của chế độ ăn cân đối và tất cả các sản phẩm đều đã ghi nhãn dinh dưỡng đầy đủ, bao gồm hàm lượng calo, in trên bao bì để người dùng và các bậc phụ huynh có thể đưa ra những lựa chọn sáng suốt về thứ mà họ và con cái họ sẽ uống.

Nhiều năm qua các nhà sản xuất đang từng bước giảm hàm lượng calo trong đồ uống - hơn 60% nước uống hiện không chứa thêm đường.

Ngoài ra, các nhà sản xuất và phân phối hàng đầu chiếm khoảng 75% thị phần hiện đã ký vào một thỏa thuận nhằm giảm lượng calo hơn nữa, được hậu thuẫn bởi sự gia tăng đáng kể trong chi phí quảng cáo và tiếp thị những đồ uống ít hoặc không chứa calo”, ông nói.