

پرستی از دکتر افشین استوار رئیس مرکز مدیریت بیماری‌های غیر واگیر وزارت بهداشت

# ممنوعیت فهرست کالاهای آسیب‌رسان، ضمانت اجرایی دارد؟

مهدیه آقازمانی

اغلب برنامه‌های تلویزیونی که برای بالا بردن سود تغذیه‌ای مردم ساخته می‌شوند، گفت‌وگو محور هستند و شاید برای فرد میانسال یا سالمندی که هم فشار خون و چربی خون بالا دارد و در معرض انواع بیماری است، جذابیت داشته باشد اما باید در نظر داشته باشیم با نسلی روبرو هستیم که از دوران کودکی چاق‌اند و این یعنی تغذیه سالم ندارند و در دوران جوانی و میانسالی شیوه زندگی ناسالم آنها را دچار مشکل می‌کند. یکی از مهم‌ترین راهکارها برای تغییر رفتار تغذیه‌ای مردم، استفاده گسترده از رسانه‌ها و تولید برنامه‌هایی

برای بالا بردن آگاهی تغذیه‌ای مردم است. برنامه‌هایی که هر چقدر هم تاثیرگذار و حرفه‌ای ساخته شود، باز زیر سایه فهرست پرتکرار صداوسیما گم می‌شوند. نمونه بارز آن، استفاده از فرصت تعطیلات کرونایی و فهرست مکرر انواع سس‌ها و آبمیوه‌ها و خلاصه کالاهای آسیب‌رسانی که هر سال وزارت بهداشت فهرست آن را اعلام می‌کند. البته غیر از صداوسیما تابلوهای شهری هم گهگاهی کالاهای آسیب‌رسان را در خود جا می‌دهند ولی از آنجایی که تاثیر فهرست تلویزیونی بسیار بیشتر از تابلوهای شهری است، لزوم تمکین قانون منع فهرست کالاهای به اصطلاح آسیب‌رسان بیشتر در رسانه ملی احساس

می‌شود. امسال نیز وزارت بهداشت در سایه کرونا فهرست کالاهای آسیب‌رسان را اعلام کرد که به موجب آن همه رسانه‌ها اعم از دیداری و نوشتاری موظفند موادی که در آن قرار دارد را تبلیغ نکنند اما سوال مهم این است که این قانون چرا هیچ وقت آنگونه که باید و شاید از سوی رسانه‌ها جدی گرفته نمی‌شود و اینکه چگونه می‌توان قدرت اجرایی این قانون را به‌ویژه در رسانه‌هایی مانند رسانه ملی بالاتر برد؟ در مورد ضمانت اجرایی این قانون با دکتر افشین استوار، رئیس مرکز مدیریت بیماری‌های غیر واگیر وزارت بهداشت گفت‌وگو کردیم که مشروح آن را در ادامه این مطلب در صفحه «دیدبان تغذیه» می‌خوانید.



**فهرست کالاهای آسیب‌رسان یا کمتر سالم ممنوع است و برای برخی از این کالاها (نه همه آنها) عوارض تا سقف ۱۰ درصد در نظر گرفته شده است. این بر خورد قضایی چقدر برای رسانه‌ها جدی است؟**

**سلامت:** در قانون آمده که تولیدکنندگان کالاهای آسیب‌رسان باید مالیات پرداخت کنند، آیا این مالیات‌ها افزایش یافته است؟  
فهرست این کالاها ممنوع است و برای برخی از این کالاها (نه همه آنها) عوارض تا سقف ۱۰ درصد در نظر گرفته شده است و با فردی که قانون را زیر پا بگذارد، برخورد قضایی می‌شود.  
**سلامت:** این برخورد قضایی چقدر برای رسانه‌ها جدی است؟  
حتی مجوز آن رسانه می‌تواند باطل شود و با تولیدکننده هم برخورد می‌شود. وزارت بهداشت و سازمان استاندارد هم موظف هستند که نظارت کنند و پیگیر موارد تخلف باشند.

**سلامت:** هر سال به فهرست کالاهای آسیب‌رسان مواردی اضافه یا حذف می‌شود. امسال با توجه به شرایط ایجاد شده دلیل شیوع کرونا، چه موارد جدیدی را لحاظ کرده‌اید؟  
ما کار گروهی داریم که نمایندگان از دفتر بهبود تغذیه، سازمان غذا و دارو دبیر خانه شورای عالی امنیت غذایی، مرکز سلامت محیط و کار در آن حضور دارند و فهرست را به‌روزرسانی می‌کنند. اگر پیشنهادهایی از طرف مراجع و منابع مختلف به کارگروه برسد، در این کارگروه بر اساس پروتکل غذایی؛ یعنی میزان شکر، نمک و چربی بررسی انجام می‌شود و از آن طرف اقلام مفید آن مثل ریزمغذی‌ها، مقدار کلسیم، پروتئین و... تصمیم می‌گیرند که در فهرست باشد یا نه و ویرایشی در آن انجام می‌گیرد که البته در این ۲-۳ سال اخیر، تغییرات جزئی بوده است.

**سلامت:** با توجه به اینکه کرونا همچنان هست و دانش آموزان مدت زیادی را در منزل هستند، آیا شما برنامه ویژه‌ای برای این دوران در زمینه فهرست به‌ویژه در رسانه ملی دارید؟  
ما مرتب با صداوسیما در حال تعامل هستیم و با مدیران شبکه‌ها جلسه‌ها داریم و هفته‌ها بعد با شورای سیاست‌گذاری سلامت هم جلسه خواهیم داشت و تلاشمان این است که پوشش عمل به قانون را در همه جای جامعه صداوسیما بالا ببریم. برخی از اقلام در دوره‌های زمانی مشخص تبلیغ می‌شود. ما بلافاصله اینها را رصد می‌کنیم و نیاز داریم صداوسیما در این زمینه تعامل بیشتری با وزارت بهداشت داشته باشد و به رسالت خودش؛ یعنی در نظر گرفتن منفعت عمومی، بیشتر توجه کند که بر هر مصلحتی برتری دارد.

**سلامت:** به طور مثال در ایام تعطیلات تلویزیون یک نوع به اصطلاح «نوشابه» را تبلیغ می‌کرد که با حضور یک هنرپیشه و بسیار جذاب بود و ادعا می‌کرد این محصول حاوی کلسیم است. در صورتی که اصلاً جلوی تبلیغ آن گرفته نشد. این تبلیغ در تلویزیون چه توجیهی دارد؟  
این محصول نوشابه نیست و در تبلیغ آن تخلف محتوایی انجام گرفته است. با توجه به فهرست سال گذشته این محصول در فهرست نبوده و ما از نظر قانون معنی برای فهرست آن نداریم. این موضوع را در کارگروه امسال بررسی می‌کنیم و برای سال بعد تصمیم می‌گیریم. از سوی دیگر تولیدکننده آن ادعا می‌کند که نوشیدنی‌اش محصول لبنی برپایه تراویده شیر است و با نوشابه‌های در بازار تفاوت دارد. البته که متخصصان تغذیه نقدهایی هم بر این ادعا دارند.

**سلامت:** با توجه به شرایط کرونایی و زمان بیشتر برای تماشای تلویزیون و استفاده از رسانه‌ها، شما برنامه‌ای با صداوسیما دارید که تبلیغ مواد غذایی که سرانه آن پایین است، مثل شیر و لبنیات بیشتر شود تا مردم بیشتر ترغیب شوند که آنها را مصرف کنند؟  
کارشناسان مادر برنامه‌های مختلف حضور پیدا می‌کنند و از مزایای شیر و لبنیات می‌گویند ولی کار ما آموزش مردم است و تولیدکننده خودش باید تصمیم بگیرد که محصولش را تبلیغ کند یا نه. در هر صورت، تبلیغ قانون دارد و در مورد کالایی انجام می‌شود که عرضه بیش از تقاضا بوده یا امکان تولید آن بیشتر باشد و در کل، تابع قانون عرضه و تقاضاست. به عبارتی، وقتی از یک کالا ۱۰ تا ۱۵ درصد تقاضا وجود دارد، به محض عرضه به فروش می‌رسد و نیازی به تبلیغ نخواهد بود.

**سوی وزارت بهداشت را دارد. آیا در قانون ذکر نشده که تولید یک محصول به معنای مجوز تبلیغ آن نیست؟**  
این طور نیست که یک محصول که تولید می‌شود، الزاماً اجازه تبلیغ هم دارد. به عبارت دیگر، قانون مشخص کرده که هر چه تولید شود، اجازه تبلیغ

دسته بندی	کالا	شماره استاندارد ملی	مصادیق
فرآورده‌های گوشتی و غذاهای آماده مصرف	انواع سوسیس و کالباس زامبون انواع ساندویچ و پیتزای دارای سوسیس و کالباس و زامبون انواع سوسوسه و فلافل آماده شده با روش غوطه‌وری در روغن پنیر پیتزای پروسس تا پیننگ پیتزا	۲۳۰۳ ۵۷۵۳ ۱۴۶۸۰ سمبوسه (۱۷۸۱۳) فلافل (۱۱۰۷۳) پنیر پیتزای پروسس ۱۳۵۲۶ تا پیننگ پیتزا ۱۵۶۹۶	انواع سوسیس و کالباس گوشت و مرغ با درصدهای متفاوت انواع گوشت عمل‌آوری شده با درصدهای متفاوت انواع ساندویچ و پیتزای حاوی سوسیس و کالباس (سایر ساندویچ و پیتزا مشمول فهرست نیست)
نوشیدنی‌های و فرآورده‌های آنها	انواع نوشابه گازدار با/با بدون قند نوشابه انرژی‌زا نوشیدنی‌های مالت (ماء‌الشعیر) طعم‌دار انواع نوشیدنی‌های میوه‌ای گازدار و بدون گاز با محتوای آبمیوه ۲۵ درصد انواع شربت میوه‌ای و غیرمیوه‌ای، شربت‌های تزئینی و انواع نوشیدنی‌های غیرمیوه‌ای	۱۲۵۰ ۶۶۹۳ ۲۲۷۹ گازدار (۱۴۳۴۵) بدون گاز (۲۸۳۷) -	انواع نوشابه گازدار طعم‌دار رنگی، طعم‌دار بی‌رنگ، میوه‌ای و کولا با/با بدون قند / شیرین کننده جایگزین (زیر و لایت، کم کالری)
سایر اقلام خوراکی	فرآورده‌های یخی خوراکی انواع پودر نوشیدنی فوری روغن مصرفی خانوار انواع سس پرچرب (ماپونز و سس سالاد و سس سفید) با چربی بیش از ۳۰ درصد انواع فرآورده‌های سرخ‌شده در روغن بر پایه سیب‌زمینی و غلات (چیپس سیب‌زمینی و غلات) انواع فرآورده‌های حجیم‌شده بر پایه ذرت شیرینی‌های تر فرآورده‌های کاکائویی تافی و اینبات	۳۹۶۴ ۴۷۱۴ ۹۱۳۱ ۲۴۵۴ چیپس سیب‌زمینی ۳۷۶۴ انواع فرآورده‌های سرخ‌شده غلات و حبوبات (۱۲۰۹۹) ۲۸۸۰ ۱۲۰۱۸ ۷۱۱	انواع فرآورده‌های یخی خوراکی انواع پودر نوشیدنی فوری منظور روغن‌های نیمه‌جامد مصرفی صنایع و خانوار انواع سس سالاد پرچرب (سس هزارچرب، سس فرانسوی، سس تاتار، سس ایتالیایی و...) به جز نوع کم‌چرب، بدون چربی و کاهش یافته انواع چیپس برگه و خلال سیب‌زمینی و انواع اسنک انواع تافی و اینبات سیگار و محصولات دخانی فرآورده‌های آرایشی تاتو و فرآورده‌های طراحی پوست فرآورده‌های آرایشی رنگی پوست و مو (انواع رژلب، ریمل، کرم پودر، پنکیک، خط چشم، مداد آرایشی چشم، لب، رنگ‌مو و...) انواع فرآورده‌های برنزه کننده پوست انواع محصولات آنتی سلولیت و لاغر کننده موضعی فرآورده‌های صاف کننده، فرکننده و کرآنتینه کننده مو دیفنو کسبالات قرص ترامادول در اشکال (قرص ۱۰۰ میلی گرم، قرص ۵۰ میلی گرم، کپسول ۱۰۰ میلی گرم، کپسول ۵۰ میلی گرم، کپسول ۱۰۰ میلی گرم، قرص ۵۰ میلی گرم، قرص ۱۰۰ میلی گرمی (SR) استامینوفن کدئین و کلبه ترکیبات کدئین دار

سلامت‌محور جهت‌دهی پیدا کند بنابراین اگر تولیدکننده تغییراتی در محصولش بدهد که به سمت سلامت‌محور بودن پیش برود ما تمام تلاشمان را می‌کنیم که با آن همراه بشویم. از طرف دیگر هم این تنها قانونی نیست که جلوی فهرست کالاهای آسیب‌رسان را بگیرد، بلکه این

به دلیل اینکه این فهرست، اقلام غذایی‌ای هستند که منافعی هم دارند و در صورتی که با فواصل زیاد و مقدار کم مصرف شوند، ممکن است صدمه زیاد ایجاد نکنند ولی مصرف زیاد در سطح جامعه باعث آسیب جدی به سلامت فرد می‌شود. در حقیقت، مصرف این مواد غذایی مانند گلوله نیست که تا به بدن فرد نخورد، مشکل جدی برایش ایجاد شود. به عنوان نمونه ما می‌توانیم غذای پرچرب استفاده کنیم ولی اگر غذای پرچرب زیاد استفاده شود، در بلندمدت اثرش به صورت بیماری قلبی و فشار خون ظاهر می‌شود.

**سلامت:** آقای دکتر! قبول دارید که تاکنون این قانون از سوی رسانه‌ها جدی گرفته نشده و سود حاصل از فهرست و مشکلات مالی رسانه‌ها سبب می‌شود این قانون به خوبی اجرا نشود؟  
این گونه نیست که اعلام این فهرست بی‌نتیجه باشد، همین که شما با من مصاحبه می‌کنید یعنی اعلام این فهرست فایده دارد زیرا چون شما به مردم اعلام می‌کنید و مردم و قانون مطالبه می‌کنند بنابراین اعلام آن در منع فهرست آن تاثیر دارد و همان طور که می‌دانید، بسیاری از این موارد تبلیغ نمی‌شوند. البته یک موضوع صفر و صدی نیست، درست است که برخی از رسانه‌ها تمکین نمی‌کنند، تلاش ما با ابزارهای مختلف این است که پوشش این قانون را افزایش دهیم زیرا وظیفه ما حفظ و صیانت از سلامت مردم است. از آن طرف ما مطلع هستیم تولید و اشتغال در کشور ما اهمیت زیادی دارد بنابراین همه تلاشمان را می‌کنیم بین این دو تعامل به وجود بیاوریم ولی جایی که سلامت مردم مطرح می‌شود، کوتاهی نمی‌کنیم؛ جایی که به رونق تولید بر می‌گردد و غیرمستقیم به سلامت مردم مربوط می‌شود هم در نظر می‌گیریم. نکته دیگر این است که در بسیاری از نقاط کشور مثل یزد نه در روزنامه‌ها و نه در صداوسیما محلی و نه در تابلوهای شهری یک قلم از این کالاها تبلیغ نمی‌شود و بسیاری از استان‌ها به این حد از تمکین قانون رسیده‌اند ولی برخی شهرها کمتر تمکین می‌کنند. در پایتخت مشکلات بیشتری داریم زیرا گسترده‌تر است و موارد نقض قانون بیشتر دیده می‌شود. البته در اینترنت و فضای مجازی موارد بیشتری از نقض قانون داریم.

**سلامت:** چگونه سعی دارید پوشش این قانون را که به سلامت مردم و حتی نسل آینده ارتباط دارد، افزایش دهید؟

ما به انحاء مختلف سعی در بالا بردن پوشش قانون داریم، از جمله تعامل با تولیدکنندگان، اتحادیه‌ها و انجمن‌ها، ما با تولیدکنندگان اصلی و عمده جلسه می‌گذاریم و هدف ما این است که رفتار تولیدکننده و مصرف‌کننده به طرف رفتار