

**INSCRIPCIONES ABIERTAS**  
MÁS INFORMACIÓN  
[www.unisinubogota.edu.co](http://www.unisinubogota.edu.co)

**PROGRAMAS DE PREGRADOS**

PROGRAMA DE **DERECHO**  
SNIES//102061

PROGRAMA DE **ADMÓN. EMPRESAS**  
SNIES//1022869

**DIURNA Y NOCTURNA**

**UNIVERSIDAD DEL SINÚ**  
Eliás Bechara Zainúm  
Extensión Bogotá  
Montería-Bogotá-Cartagena

**Para mayor información:**  
 ☎ PBX: 629 0344  
 📍 Carrera 6 # 118 - 60, parque de Usaquén  
 ✉ E-MAIL: info@unisinubogota.edu.co

# Los papás declaran la guerra a la comida chatarra

Piden conocer los ingredientes de los alimentos ultraprocesados y responsabilidad en publicidad.

- Comentar 29
- Facebook 5097
- Twitter
- Guardar
- Enviar
- Google+
- LinkedIn



En la población preescolar, las prevalencias de sobrepeso y obesidad han crecido más del 60 por ciento desde 1990.  
Foto: Abel Cárdenas / Archivo EL TIEMPO



Por: **Carlos F. Fernández y Ronny Suárez** | 04 de noviembre 2017 , 11:19 p.m.

La comida de paquetes y envasada que los padres empacan en las loncheras de los niños, la chatarra –con juguete incluido– que muchos prefieren en el almuerzo y las ‘inocentes’ golosinas **umentan el riesgo de enfermar a los niños.**

Estos productos –la mayoría ultraprocesados y con altas cantidades de grasas saturadas, azúcares y sodio– **son los protagonistas de una campaña colombiana que busca que los padres de familia estén informados y tengan una posición más crítica ante el mercadeo y la publicidad** que motiva el consumo de estos alimentos. Y aunque es obvio pensar que los padres saben cómo alimentan a sus hijos, la iniciativa tiene como base la evidencia científica que demuestra que el exceso de ciertos ingredientes en los productos de consumo masivo, que se publicitan con regulaciones laxas, afecta la salud.

Uno de esos estudios, el más reciente en Colombia, a cargo de Educar Consumidores, una organización civil, hizo un seguimiento al cumplimiento de lo declarado en las etiquetas de 47 productos del mercado nacional, especialmente bebidas. El hallazgo concluyó que de los analizados, 31 no cumplen con lo declarado en su etiqueta, bien sea porque presentan contenidos de glutamato monosódico (un aditivo que ha demostrado efectos nocivos contra la salud) que no reportan o porque tienen azúcares diferentes a los registrados.

Según Esperanza Cerón, médica doctorada en Educación y directora de Educar Consumidores, **el problema no solo radica en la nocividad de este tipo de sustancias, sino “en la permisividad del Estado colombiano y la cuestionable guía del Códex Alimentarius en lo referente al uso liberal de estos ingredientes”**.

Frente al mercadeo de alimentos y bebidas, otra publicación hecha por la Universidad Javeriana y la de Carolina del Norte, después de revisar un centenar de estudios de alto rigor, demostró que **los niños están expuestos a contenidos publicitarios de productos de consumo masivo –en todos los escenarios en los que se desenvuelven, a través de todos los canales de comunicación– en una proporción mayor que los adultos** y bajo técnicas que van desde vinculación de celebridades y concursos hasta la entrega de juguetes.

En ese sentido, el médico Luis Fernando Gómez, máster en Salud Pública y uno de los autores del documento, sostiene que se debe regular el mercadeo y la publicidad de alimentos y bebidas no saludables porque, básicamente, la mayoría de ellos tienen altas densidades calóricas y bajo aporte nutricional, y llegan a los hogares con estrategias poco sinceras.

“Por eso, la campaña tiene la motivación de generar una conversación pública sobre la inconveniencia de exponer a los niños a la publicidad y promoción de productos ultraprocesados altos en azúcares, sodios y grasas saturadas, que no es otra sino comida chatarra”, complementa Carolina Piñeros, directora ejecutiva de Red Papaz, entidad que lidera la iniciativa que ya tiene varias piezas en radio y televisión.

**“La campaña tiene la motivación de generar una conversación pública sobre la inconveniencia de exponer a los niños a la publicidad y promoción de productos ultraprocesados”**

Así el Grupo Energía Bogotá interconecta  
en toda la cadena energética



El GEB es el único conglomerado en América Latina que lleva los servicios hasta el consumidor

TE PUEDE GUSTAR

Enlaces Patrocinados



**La increíble transformación de**  
**René Higuera**  
Desafío Mundial



**7 métodos infalibles para conseguir**  
**un cabello sano y abundante**  
Cuidado de tu piel



**Estas 23 preguntas analizan tu**  
**nivel de educación**  
Definition

## ¿Por qué regular la publicidad?

El asunto tiene raíces más profundas que un simple control sobre el mercadeo, pues tal como explica Andrés Vecino, médico doctorado en Salud Pública, **el consumo de estos productos es factor determinante en la génesis del principal problema de salud hoy en el mundo: la obesidad.**

Las tasas de esta condición en los niños crecen día a día. Un reporte de la Organización Mundial de la Salud (OMS) registró que en el 2016 había 41 millones de niños con sobrepeso u obesidad. Y en Colombia, según la más reciente Encuesta de Salud Nutricional (Ensin 2010), **uno de cada seis niños y adolescentes está pasado de peso.** Ese mismo documento señala que el incremento de esta condición ha sido especialmente notorio en la población de 5 a 9 años, que pasó de una prevalencia de 14,3 por ciento en el 2005 a 18,9 en el 2010.

### › En 5 años habrá más niños obesos que desnutridos en el mundo

Lo preocupante, dice Vecino, es que pese a que los seres humanos “estamos diseñados para consumir alimentos en su estado natural, con poco procesamiento; el mundo industrial ha empujado a la humanidad a cambiar la forma de comer, en donde **los alimentos ultraprocesados se han convertido en parte de la dieta cotidiana en todas las regiones del planeta**”.

**“Puede parecer más fácil y más rápido consumir alimentos ultraprocesados. Pero estos tienen elementos dañinos como grasas, sal y azúcares que son absorbidos con mucha facilidad, con el problema adicional de que tienen aditivos perjudiciales y pocas veces poseen los nutrientes que se necesitan. Este exceso de elementos nocivos lleva al cuerpo a funcionar en forma incorrecta y a la generación de enfermedades que, una vez se adquieren, son incurables”,** agrega Vecino.

**“Este exceso de elementos nocivos lleva al cuerpo a funcionar en forma incorrecta y a la generación de enfermedades que, una vez se adquieren, son incurables”**

Iván Darío Escobar, expresidente de la Fundación Colombiana de Obesidad (Funcobes), advierte que el país debe mirar los problemas que genera el exceso de peso, sobre todo en niños, pues esta población tiene una importancia significativa en la carga de la enfermedad, a tal punto que **la cantidad de años de vida saludable perdidos por esta causa supera de lejos la de otros males como la violencia o accidentes.**

“Las enfermedades cardiovasculares, la diabetes y los síndromes metabólicos – causados por la obesidad– generan, además de las incapacidades y las muertes prematuras, **gastos exagerados en el sistema de salud, una baja productividad laboral y un impacto económico en la sociedad difíciles de cuantificar, pero que podrían ser evitables**”, indica.

A eso le apunta Red Papaz, a educar sobre los riesgos que conlleva el consumo de alimentos ultraprocesados y comida chatarra, según Piñeros.

“La campaña es una cruzada valiosa, y **en varios países se han emitido políticas o fortalecido las existentes en esta materia; sin embargo, Colombia no ha hecho nada en este campo** y por eso es un debate que hay que dar”, manifiesta.

### **Con la misma moneda**

Con las mismas estrategias de publicidad con las que se ofertan los productos, y por los mismos canales, Red Papaz comenzó a tratar de convencer a la audiencia sobre los riesgos y de cambiar hábitos de consumo.

“Ningún cereal te va a contar que el azúcar que tiene puede darte obesidad. Te venden los colores, te venden muñequitos, pero nunca te dicen que el azúcar no es juguito”, canta una mujer a ritmo de rap en una de las cuñas que suenan en radio nacional.

**“Más azúcar, más riesgo de obesidad, esto es lo que la publicidad no te cuenta**”, dice una pieza gráfica con un pequeño que sostiene un paquete de cereal del que sale un puñado de azúcar.

Y en paralelo, Red Papaz adelanta la campaña #AbramosLaLonchera, por medio de la cual, luego de recoger más de 20.000 firmas, **buscan pedirle a la Superintendencia de Industria y Comercio (SIC) que revise si hay publicidad engañosa en ciertos productos comestibles ultraprocesados.**

Este tipo de esfuerzos no son nuevos. En la ley de obesidad (1355 del 2009) se trató de promover en el Congreso iniciativas similares, aunque sin fortuna. En la Comisión Séptima de la Cámara, a propósito, hace agua el proyecto de ley que pretende regular la publicidad y el mercadeo de productos comestibles ultraprocesados. Por parte del Gobierno tampoco hubo éxito, pues no logró incluir el impuesto a las bebidas azucaradas en la reforma tributaria.

No obstante, esta semana la Corte Constitucional, en la sentencia T-543, concedió a Educar Consumidores una tutela que garantiza los derechos a informar y ser informados, luego de que la Superintendencia de Industria y Comercio (SIC) suspendiera hace varios meses la emisión de unos comerciales que advertían sobre los riesgos de las bebidas azucaradas.

- > **‘Compartimos el interés de las familias’: Industria**
- > **‘Queremos que se tome consciencia y que se generen cambios’: Red Papaz**
- > **Desnutrición infantil crónica en Colombia bajó al 10 por ciento**

COMENTAR

**Sigue bajando**  
para encontrar más contenido



# ‘Queremos que se tome consciencia y que se generen cambios’: Red Papaz

La organización pide tomar medidas sobre la publicidad de productos ultraprocesados.

 Comentar

 Facebook  
5097

 Twitter

 Guardar

 Enviar

 Google+

 LinkedIn

Universo 

Universo 

Una de las piezas de la campaña de ‘No comas más mentiras’, creada para promocionar en redes sociales.

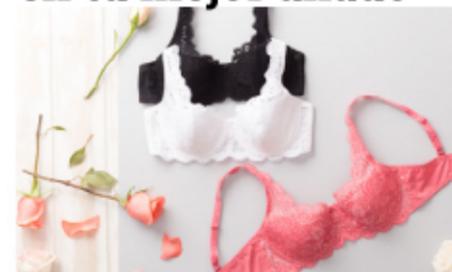
Foto: Red Papaz

Por: **EL TIEMPO** | 04 de noviembre 2017, 11:32 p.m.

El 27 de octubre, Red Papaz lanzó la campaña ‘¡Basta! No comas más mentiras, ni se las des a tus hijos’, que se dirige a los padres de familia para que **eviten la exposición de niñas, niños y adolescentes a la publicidad de productos ultraprocesados.**

De la misma manera, “**pretendemos que Colombia acoja las recomendaciones de la Organización Mundial de la Salud que emitió en el 2010, con medidas para regular la publicidad dirigida a niños, niñas y adolescentes**”, de acuerdo

**Convierte la ropa interior en tu mejor aliado**



Una lencería suave y delicada te dará un toque de feminidad. Entérese.

con Carolina Piñeros, directora ejecutiva de Red Papaz. En otras palabras, buscan que el Gobierno tome medidas contundentes para regular los comerciales y demás piezas de mercadeo relacionadas con alimentación que ven los menores.

## “Queremos que la gente tome conciencia, pero también que genere cambios”



La campaña fue planeada para TV, radio, redes sociales y avisos de paraderos de bus. Las piezas estarán al aire durante las próximas cinco semanas; es decir, hasta la primera semana de diciembre. El comercial de 30 segundos, que pide **“sacar la publicidad de comida chatarra” del mundo de los niños, ha sido emitido en canales de cable y regionales**. Las cuñas radiales “se han pasado en casi todas las emisoras del país”, dice Piñeros.

Aunque es prematuro evaluar los resultados de esta iniciativa, Piñeros los considera positivos y destaca que **algunos líderes de opinión como Vladdo o los músicos de Aterciopelados han compartido el mensaje**.

“Tenemos la intención de hacer una evaluación al final de la campaña. Queremos que la gente tome conciencia, pero también que genere cambios”, dice la directora de la fundación y concluye: **“Queremos que los padres de familia se pregunten qué van a comer sus hijos”**.

- > **Los papás declaran la guerra a la comida chatarra**
- > **‘Compartimos el interés de las familias’: Industria**
- > **En 5 años habrá más niños obesos que desnutridos en el mundo**

EL TIEMPO

GUARDAR

REPORTAR

### Convierte la ropa interior en tu mejor aliado



Una lencería suave y delicada te dará una feminidad. Entérese.

---

TE PUEDE GUSTAR

Enlaces Patrocinados



**René Higuita, de ser el portero a codearse con**

Desafío Mundial



**7 métodos infalibles para un cabello sano y abundante**

Cuidado de tu piel



**Podemos adivinar su nivel de inteligencia con esta prueba**

Definition

---

TE PUEDE GUSTAR

Enlaces Patrocinados



**René Higuita, de ser el portero a codearse con**

Desafío Mundial



**7 métodos infalibles para un cabello sano y abundante**

Cuidado de tu piel



**Podemos adivinar su nivel de inteligencia con esta prueba**

Definition



**René Higuita, de ser el**  
Desafío Mundial



**7 métodos infalibles pa**  
Cuidado de tu piel



**Regístrate y obtén info**  
Colsubsidio CET

COMENTAR