

INSCRIPCIONES ABIERTAS
MÁS INFORMACIÓN
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

‘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 545
- Twitter
- Guardar
- Enviar
- Google+
- Linkedin



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 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



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

COMENTAR

Sigue bajando
para encontrar más contenido

