



Suscribirse

Iniciar Sesión



Noticias ▾ Opinión Economía Deportes ▾ Entretenimiento ▾ Vivir ▾ Mujer

Tecnología Blogs Colombia 2020 Especiales

SALUD

 CLARO OSCURO



## Niños son bombardeados por publicidad de comida chatarra

PUBLICIDAD

Salud 21 Abr 2018 - 1:43 PM

Por: -Redacción Salud

Estudio publicado en el “Journal of Paediatrics and Child Health” encontró que, en promedio, un menor de edad ve 800 comerciales relacionados con esta comida por año. El estudio fue conducido en Australia.

Últimas Noticias



En Australia los comerciales de comida chatarra eran 2.3 veces mayores que los de comida saludable. / Pixabay

Cada vez son más los estudios que empiezan a desnudar las estrategias que la industria de comida chatarra o bebidas azucaradas usa para atraer la atención de los niños. Esta vez, el turno estuvo en manos de un equipo de profesores y pediatras de la **Universidad de Adelaida**, Australia, quienes se pusieron la misión de descifrar la frecuencia con la que los niños se exponían a este tipo de comerciales. Así encontraron que, en promedio, un niño ve alrededor de 800 publicidades relacionadas con comida chatarra si se parte de la idea de que ve solo 80 minutos de televisión por día.

Para llegar a esta conclusión el equipo construyó un sistema de monitoreo de televisión a medida, el primero en el mundo, con el que pudo capturar



Salud Hace 6 horas

En una semana, ocho niños murieron en el país por causas asociadas a desnutrición

Medicamentos para “activar” el cerebro, una muy polémica receta

Salud 28 Abr 2018

Medicamentos, el alto precio para entrar a la OCDE

Salud 27 Abr 2018

Pacientes con Alzheimer podrían disfrutar su música favorita

Salud 27 Abr 2018

“Hay desconocimiento entre odontólogos y excesos entre verificadores”

Salud 27 Abr 2018

primero en el mundo, con el que pudo capturar todos los anuncios que se emitían en una red de televisión abierta en el sur de Australia durante todo el 2016. (Lea: [Comida chatarra inflama células del cerebro y aumenta el apetito](#))

En cifras, esto significó 30 mil horas de televisión que contenía más de **500 horas de anuncios de comida** – un promedio de 100.000 comerciales de comida en total-. Luego, partiendo de la Guía Australiana de Alimentación Saludable, el equipo clasificó la comida que se publicitaba en estos anuncios por categorías: saludables, insalubres y otras. “Snacks” o comida chatarra, comidas rápidas, bebidas azucaradas y fritos fue lo más común encontrado por los científicos.

“Este es el conjunto de datos más grande utilizado por los investigadores de salud para examinar la publicidad de alimentos en Australia, y probablemente en todo el mundo. La mayoría de las investigaciones en esta área se basan en solo unos días de datos, y no hay estudios australianos que tengan en cuenta la estacionalidad”, explicó la profesora Lisa Smithers, líder del estudio, a *ScienceDaily*.

Después, para ver quiénes se estaban convirtiendo en el público objetivo de esta publicidad, los investigadores también **miraron en qué franja se emitían**. De esta forma, notaron que durante los

**emittian.** De esta forma notaron que durante los horarios pico dirigidos a niños, la frecuencia y duración de los comerciales de comida insalubre fue **2,3 veces mayor cada hora que para los alimentos saludables.**

Además, concluyeron que a lo largo del año la publicidad de alimentos no saludables alcanzó su punto máximo, el 71%, en el mes de enero. En agosto, por su parte, fue cuando se registró la cifra más baja, con 41%.

"Los problemas relacionados con la dieta son la principal causa de enfermedad en Australia, y la Organización Mundial de la Salud ha concluido que el marketing de alimentos influye en los tipos de alimentos que los niños prefieren comer, preguntar a sus padres y finalmente consumir", comentó Smithers a **ScienceDaily.**

Algunos países, guiados por muchos estudios como este, han decidido ponerle lupa a la publicidad y comerciales de comida chatarra. En Canadá y Noruega se ha **prohibido la publicidad de comida chatarra**, mientras que en Francia las empresas tienen la obligación de publicar mensajes de comida saludable cuando pasan los comerciales de comida chatarra.

**En Colombia**, por su parte, se han hecho algunos esfuerzos para hacerle frente a este problema. En

octubre del 2017 el representante a la Cámara, Víctor Correa Vélez (Polo Democrático), **radicó un proyecto de ley que busca regular estos comerciales**. La idea es que este tipo de medida incluya a todos los sujetos que comercializan, fabrican, importan o suministran esa clase de artículos dirigidos a niños y adolescentes. Además, el documento pretende establecer cuál es la forma correcta de presentar la información acerca de los ingredientes y aditivos, y busca crear un régimen sancionatorio para quienes no cumplan las disposiciones acordadas. ([Lea también: Con proyecto de ley buscan regular la publicidad “no saludable” para niños](#))

Igualmente, la asociación de padres de **familia RedPapaz**, lanzó un anuncio publicitario en este mismo mes, buscando alertar sobre cómo el consumo de alimentos ultraprocesados en menores de edad puede inducir al sobrepeso. ([Vea acá: El comercial con el que los papás de Colombia quieren evitar la obesidad infantil](#))

### **Temas relacionados**

comida chatarra      bebidas azucaradas

comercial comida chatarra

Alimentos ultraprocesados      RedPapaz

## 0 Comentarios

