

EL NUEVO LIBERAL

Bombardeo de falsa publicidad

by **adminliberal** — 20/01/2021 in Mi Ciudad, Noticia principal, Salud

0



508 SHARES **1.5k** VIEWS

Share on Facebook

Share on Twitter

Nuestros hijos expuestos de manera desproporcionada a publicidad de TV de comida chatarra y bebidas endulzadas.



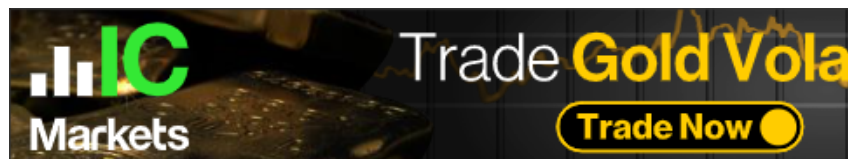
[INICIO](#) [MI CIUDAD](#) [MI REGIÓN](#) [POLÍTICA](#) [OPINIÓN](#) [DEPORTES](#) [SOCIALES](#) [AL ESTRADO](#)[JUDICIAL](#) [CULTURA](#) [CLASIFICADOS](#)

Pontificia Universidad Javeriana y la Universidad de Carolina del Norte en Chapel Hill, que fue publicado el pasado mes de noviembre por la Revista Public Health Nutrition.

Así mismo, el estudio encontró que las bebidas y los productos lácteos fueron las categorías más publicitadas, representado el 54,4% de todos los comerciales de televisión de alimentos y bebidas. Adicionalmente, las niñas y niños de niveles socioeconómicos bajo, medio y alto estuvieron igualmente expuestos a anuncios de comestibles y bebidas no saludables.

El estudio utilizó los índices de audiencia de televisión para determinar la frecuencia con la que niñas y niños colombianos estaban expuestos a la publicidad de esos productos y, al mismo tiempo, analizó el valor nutricional de los comestibles y bebidas anunciados en televisión, utilizando el modelo de perfil de nutrientes de la Organización Panamericana de la Salud (OPS). Los investigadores cuantificaron la audiencia durante todo el año 2017 entre las 6 a.m. y las 10 p.m., en cualquiera de los 75 canales de televisión por cable y por aire disponibles en Colombia.

Esta investigación amplía los estudios anteriores que evaluaron la publicidad de productos comestibles en América Latina y respalda investigaciones previas que muestran que existe una mayor proporción de anuncios televisivos de productos no saludables en Colombia. Estos resultados son similares a los hallazgos obtenidos en Chile, en donde se ha demostrado que la exposición de la población infantil a anuncios televisivos que contienen productos comestibles no saludables es mucho mayor a los anuncios de alimentos saludables no procesados.



En los últimos 15 años, el sobrepeso y la obesidad han aumentado en la población colombiana, donde según la Encuesta de Salud Nutricional 2015, 1 de cada 4 escolares entre 5 y 12 años tiene exceso de peso y más de la mitad de los adultos afrontan esta situación. A pesar de que Colombia cuenta con pautas de autorregulación sobre la publicidad dirigida a personas menores de 18 años, la evidencia local y global muestra que no es efectiva para reducir la exposición de menores de 18 años a la publicidad potencialmente nociva. Por esta razón, es necesario implementar políticas dirigidas a restringir la publicidad de comestibles no saludables dirigidos a la población infantil para proteger la salud pública y reducir la carga de la obesidad y otras enfermedades no transmisibles.

Políticas en salud pública como el etiquetado frontal de advertencia para identificar si un producto contiene exceso de azúcar, sodio, grasas saturadas o edulcorantes, y la restricción de la venta de estos productos en los colegios, complementarían la regulación a la publicidad y serían un complemento para lograr el objetivo de disminuir el consumo de productos no saludables.

Para Mercedes Mora y Luis Fernando Gómez, coautores de este estudio, se requieren políticas estatutarias estrictas, con una amplia cobertura en todos los canales de marketing y estándares nutricionales adecuados.



[INICIO](#) [MI CIUDAD](#) [MI REGIÓN](#) [POLÍTICA](#) [OPINIÓN](#) [DEPORTES](#) [SOCIALES](#) [AL ESTRADO](#)[JUDICIAL](#) [CULTURA](#) [CLASIFICADOS](#)

Adicionalmente, se deben generar criterios más estrictos para definir las franjas infantiles televisivas, para evitar que un importante porcentaje de niñas, niños, y adolescentes, estén expuestos a marketing de comestibles y bebidas no saludables en horarios clasificados como “familiares”.

Para Carolina Piñeros, Directora Ejecutiva de Red PaPaz, es muy importante contar con estos resultados que nos evidencian la sobre-exposición a la que están sometidas niñas y niños colombianos de publicidad de productos nocivos para su salud, es imposible lograr las metas que tenemos como país de cambiar la gravísima tendencia hacia el exceso de peso en la infancia y la adolescencia, si no somos capaces de proteger a esta población del engaño con el que son cautivados a través de esta excesiva publicidad.

Gobernador del Cauca, Elías Larrahondo dio positivo para Covid 19



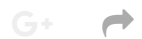


Elías Larrahondo, gobernador del Cauca.

561 **1.6k**
SHARES VIEWS

 Share on Facebook

 Share on Twitter



Según reportó él mismo a través de su cuenta en la red social Twitter, el Gobernador del Cauca fue diagnosticado con Covid 19 después de que se practicara una prueba por haber tenido contacto cercano con una persona infectada.

Larrahondo informó que se encuentra bien y que no presenta síntomas. Se encuentra en aislamiento preventivo desde varios días y continuará al frente de las labores de la gobernación de manera virtual.

La última reunión oficial en la que participó el gobernador fue hace seis días, se trató de un encuentro virtual con los alcaldes que coordinó desde su despacho, en el que estuvieron tres funcionarios del departamento.



[INICIO](#) [MI CIUDAD](#) [MI REGIÓN](#) [POLÍTICA](#) [OPINIÓN](#) [DEPORTES](#) [SOCIALES](#) [AL ESTRADO](#)[JUDICIAL](#) [CULTURA](#) [CLASIFICADOS](#)

A esta hora, las principales autoridades del departamento reaccionan frente a la noticia. Así lo hizo el alcalde de Popayán.

