

# Diario del Huila

Hoy es 24 de Junio del 2021



## ESTUDIO CONFIRMÓ QUE NIÑOS ESTÁN EXPUESTOS EN GRAN PELIGRO A PUBLICIDAD DE COMIDA CHATARRA

Publicado por DHWeb | Ene 27, 2021 | Actualidad

El 88% de los anuncios de TV dirigidos a la población infantil colombiana durante el 2017 promocionaban productos comestibles no saludables con exceso de azúcares, sodio y grasas saturadas (en su mayoría son productos con exceso de azúcares), y solo el 12% se referían alimentos saludables. Estos fueron los resultados de un estudio realizado por investigadores de la Universidad de Kansas, la Universidad Nacional de Colombia, la 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

AHORA EN NEIVA...



RENUÉVE SU MATRÍCULA MERCANTIL



AQUÍ GRATIS EL DH DIGITAL

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



## ÚLTIMAS NOTICIAS

**“Que no nos crean imbéciles”:  
Carlos Antonio Vélez tras polémico gol**  
junio 24, 2021

**Federación Colombiana exigió suspensión de árbitros**  
junio 24, 2021

**Ascienden oficiales de la Policía Metropolitana de Neiva**  
junio 24, 2021

**Colombia y su historial de golazos**  
junio 24, 2021

**Envían a prisión a hombre que habría abusado de niña de 12 años y la embarazó**  
junio 24, 2021

**MUY PRONTO...  
HUILA**

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. Estas políticas deben considerar la prohibición de mensajes de marketing y publicidad de todo tipo de comida chatarra dirigida a niñas, niños y adolescentes, por todos los canales de televisión públicos y privados nacionales y extranjeros. De igual manera es urgente que esta regulación contemple el uso de definiciones amplias de “audiencia infantil”, aumentando los límites de edad de manera que se incluya a la población adolescente. 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

EMPRENDEDOR



MATA EL 99.99% DE GÉRMENES



TE PUEDE

INTERESAR...

Periodismo en vivo

Judicial

Diario del Huila digital

Neiva

Regional

Opinión






Deportes

Sociales

Economía

engaño con el que son cautivados a través de esta excesiva publicidad.

Nacional

COMPARTIR:     

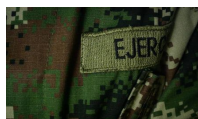
< ANTERIOR

SIGUIENTE >

Fedegán aportará su red logística, cadena de frío y almacenamiento para vacunar contra COVID-19 en zona rural

Los Quintero, pioneros de la guadua en Neiva

### ARTÍCULOS RELACIONADOS



**Suboficiales del Ejército a juicio por usar colegio como base militar**

enero 8, 2021



**Juicio contra Santiago Uribe Vélez fue aplazado para febrero**

enero 30, 2021



**Reapareció Jhon 40 en video junto a Iván Márquez y alias El Paisa**

abril 13, 2021



**Pastor que predijo llegada de Jesús este jueves, renunció a su cargo en UniAtlántico**

enero 28, 2021

## Diario del Huila

Editora del Huila SA - Diario del Huila  
Fundado el 8 de Agosto de 1966

Gerente General

Luisa María Duque Cerón  
gerente@diariodelhuila.com  
Calle 8 No. 6-30 Neiva-Colombia

Fundadores:

Max Duque Gómez - Max Duque Palma  
Directora

María Pía Duque Benigno

COPYRIGHT © DIARIO DEL HUILA

Prohibida su reproducción total o parcial, así como su traducción a cualquier idioma sin autorización escrita de su titular. Todos los derechos reservados

