



La Opinión

Noticias de Norte de Santander, Colombia y el mundo

SUSCRÍBETE

TEMAS DEL DÍA

Mujeres en Tibú: entre dos bandos

El 55% de los cucuteños cree que ahora están peor que hace un año

Así funcionará el Proyecto de Sustitución Voluntaria de Cultivos en zona rural de Cúcuta

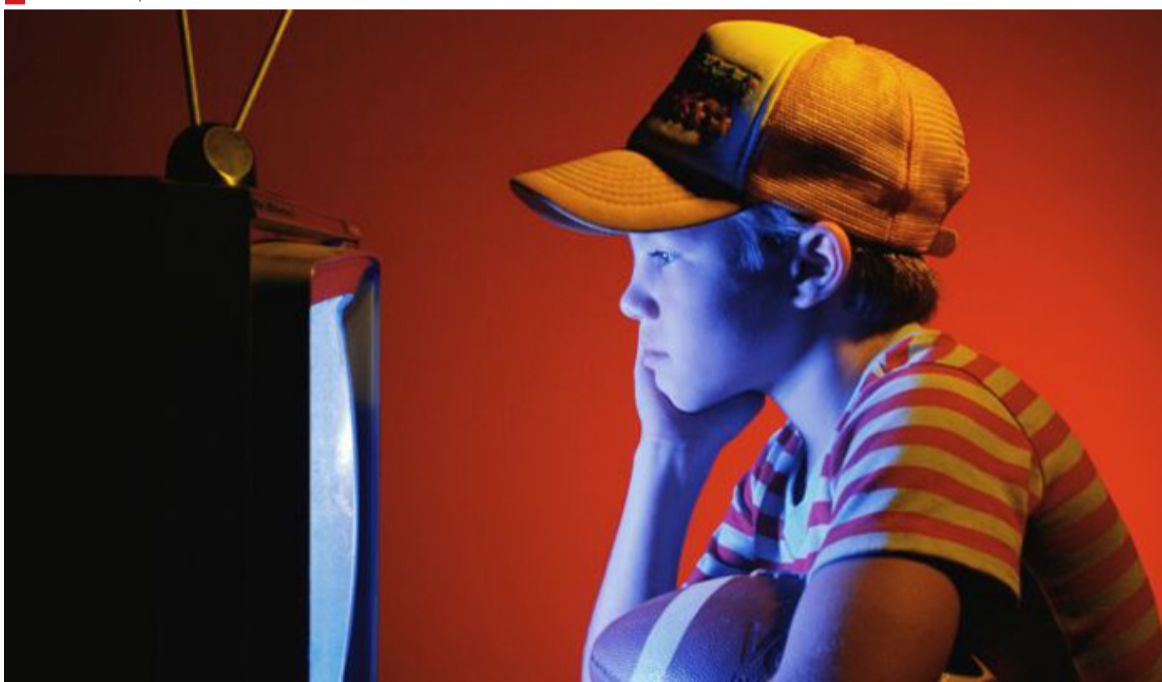
Nos deja un poco tristes, hay que resaltar el trabajo que se hizo: Cuadrado sobre caída ante Brasil

[Inicio](#) / [salud](#)

Niños, expuestos de manera desproporcionada a publicidad de comida chatarra en TV

SALUD

Miércoles, 20 de Enero de 2021



Red PaPaz dio a conocer un estudio desarrollado por varias universidades sobre la situación de Colombia.

El 88% de los anuncios de la televisión dirigidos a la población infantil colombiana durante el 2017 promocionaron alimentos no saludables con exceso de azúcares, sodio y grasas saturadas, en su mayoría son productos con exceso de azúcares. Solo el 12% de los anuncios era sobre comida saludables.

Estos fueron los resultados de un estudio desarrollado 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.

PUBLICIDAD

Lo más visto

1. [FCF pide a la Conmebol suspender a los árbitros del partido de Colombia-Brasil](#)
2. [Hallan a pareja muerta en un motel, segundo caso en un mes en el mismo sitio](#)
3. [Cinco balazos para 'El Mocho' en La Playita de La Parada](#)
4. [Los serios problemas que puede causar el pie equinovaro, si no se le trata](#)
5. [Aprovecharon la soledad y la oscuridad para matarlo en Arrayanes](#)



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, los niños y niñas de niveles socioeconómicos bajo, medio y alto estuvieron expuestos a anuncios de comestibles y bebidas no saludables.

De acuerdo con Red PaPaz, el estudio utilizó los índices de audiencia de televisión para determinar la frecuencia con la que los infantes en el país 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).**

La organización informó que los investigadores cuantificaron la audiencia durante todo el año 2017 entre las 6 am y las 10 pm, 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”.

Red PaPaz indicó los 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.

La ONG señaló que 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.

Agregó que 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”.

Manifestó que 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.

Mora y Gómez consideran, además, que 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”.



SALUD

Investigadores utilizan Inteligencia Artificial para detectar mejor los factores de riesgo de la diabetes tipo 1

Este trastorno autoinmune puede alcanzar a personas de cualquier edad, pero generalmente se diagnostica durante la infancia o la adolescencia.



SALUD

Disfunción eréctil, un problema muy común en los hombres

Todos los casos de disfunción eréctil, independientemente de su causa, tienen la opción de ser resueltos.

SALUD

Lactancia materna no es un tema de subdesarrollo: pediatras sobre comentarios de periodista Paola Ochoa

Gremios médicos reiteran que la leche materna contiene todos los nutrientes y anticuerpos que los niños y niñas necesitan para su crecimiento.

Ads by DAVIplata
Así de fácil

Según 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”, concluyó Piñeros.

Con información de Red PaPaz

Ó.com.co Web La Opinión

Te puede gustar

Enlaces Patrocinados por Taboola

7 días de criptodivisas en una plataforma fiable

IC Markets

Se enamoraron a los 5 años, véalos hoy 20 años después

Game Of Glam

Mujer pide el divorcio después de ver esta foto | Greedy Finance

Trendscatchers

Médicos desconcertados: simple consejo alivia años de dolor en articulaciones y artritis (pruébalo)

Health Benefits

Joven de Bogotá logra bajar de peso con este consejo

InformadorPlus

Cómo invertir en Amazon este año puede conseguirte potencialmente un segundo ingreso

The Flying Stock | GO4REX

 <p>Es el primer portal gastronómico de Norte de Santander, donde se resalta lo mejor de los sabores regionales, nacionales y mundiales.</p> <p>Ver más</p>	 <p>Tienda virtual para suscriptores y la audiencia en general, donde ofrecemos diferentes productos para el hogar, coleccionables y gadgets en general, al mejor precio.</p> <p>Ver más</p>	 <p>Un espacio dedicado a las variedades y lo más impactante del mundo del entretenimiento. Encuentre aquí los personajes e historias.</p> <p>Ver más</p>	 <p>La labor investigativa de nuestro equipo periodístico se congrega en esta sección dedicada a mostrar a profundidad y con más detalles de los hechos.</p> <p>Ver más</p>	 <p>En este espacio nuestros clientes podrán promocionar su negocio o encontrar una propuesta que se adapte a sus necesidades.</p> <p>Ver más</p>
--	---	---	--	--

CÚCUTA REGIÓN FRONTERA DEPORTES ECONOMÍA VIDA OPINIÓN JUDICIAL ACTUALIDAD
SUSCRIPCIONES PROMOCIONES CLASIFICADOS CONTACTENOS

Diario La Opinión | Cúcuta DIARIO LA OPINIÓN - Av. 4 Nro. 16 - 12. Teléfono 5831502 - Cúcuta - Colombia Copyright © 2001 - 2015 La Opinión S.A. - Todos los derechos reservados; queda prohibida la reproducción, distribución o utilización total o parcial de los contenidos de esta web, en cualquier forma o medio.



Ads by

DAVIplata
Así de fácil

escrita autorización. Incluida en particular su mera reproducción y/o puesta a disposición como resúmenes, reseñas o revistas de prensa con fines comerciales directa e indirectamente lucrativos, a lo que se manifiesta oposición rotunda.



[Términos y condiciones](#)

[Política de datos](#)

[Política de privacidad](#)

[Política de cookies](#)

[Derechos de autor](#)

[Superintendencia de Industria y Comercio](#)

