



in
VIERNO



ALÉGRATE

NUEVA COLECCIÓN
OTOÑO - INVIERNO 2016

KAYSER®

f /kayserscl t @kaysers_cl kaysers.cl

Sociedad Tendencias



FOTO: AP

Reino Unido prohibirá publicidad de comida chatarra dirigida a niños vía Internet

► La medida busca disminuir la obesidad infantil que constituye una “emergencia nacional”.

► En Chile la ley que regula la publicidad aún no cuenta con un reglamento para radio y televisión.

Paulina Sepúlveda G.

En Reino Unido están prohibidos, desde 2007, los anuncios comerciales de alimentos y bebidas con altos contenidos de grasas, azúcares y sal, en programas de televisión orientados a menores de 16 años. La medida se determinó como una solución para combatir el acelerado incremento del sobrepeso y de la obesidad, que en ese momento alcanzaba al 27% de la población infantil.

La prohibición incluye todos los programas donde más del 20% de la audiencia sean menores de 16 años y se basó en la evidencia científica desarrollada por el Instituto de Medicina de la Academia de Ciencias de los Estados Unidos, que al analizar los parámetros de alimentación de la población menor de 18 años, encontró que cuanto más expuestos están a los anuncios televisivos

de comida chatarra, mayor es su sobrepeso y obesidad.

Pero se requieren más medidas para un asunto que el secretario de salud, Jeremy Hunt, ha descrito como “emergencia nacional”. Por eso se busca resguardar a los niños en otro espacio importante: Internet.

El Comité de Prácticas Publicitarias (PAC), a cargo de las normas para los anunciantes en el Reino Unido, realizará una consulta pública para que esa limitación se extienda a todos aquellos espacios on line en que se transmite contenido infantil hasta los 16 años. La prohibición podría afectar el contenido en servicios como YouTube. Se incluiría además la publicidad impresa y vallas publicitarias.

¿Qué pasa en Chile?

Las cifras de obesidad y sobrepeso en niños y adolescentes ya permiten hablar de una epidemia de obesidad, indican los expertos. El 34% de los niños menores de seis años sufre obesidad o sobrepeso, según cifras 2014 del Ministerio de Salud. Por eso es importante establecer acciones coordinadas y sistemáticas de control, entre las que destacan la promulgación de la Ley 20.606 de

ESPACIO A REGULAR



“Se deben regular los medios que son visitados por jóvenes como Internet”.

Isabel Zacarías
Nutricionista del Inta.

Composición de Alimentos, indica Isabel Zacarías, nutricionista del Instituto de Nutrición y Tecnología de los Alimentos (Inta) de la Universidad de Chile, organismo que se ha encargado de plantear la relevancia del tema.

En tres décadas Chile ha pasado de un país con altas tasas de desnutrición y bajas tasas de obesidad, a una escasa desnutrición y altas tasas de obesidad en todos los grupos etarios. Estudios realizados entre 1988 y 1992 en adultos de Santiago, muestran que la obesidad aumentó de 6 a 11% en los hombres y de 14 a 24% en mujeres. La prevalencia de obesidad infantil se duplicó entre 1992 a

2002 alcanzando 17,2% el año 2002 entre los niños de 6 años; y hoy ya supera el 30%.

Por ello, Zacarías está de acuerdo con la medida que Reino Unido busca implementar: “En mi opinión me parece bien que se regule la publicidad de alimentos con exceso de nutrientes críticos por diferentes medio de comunicación y en especial por los medios que son visitados por jóvenes como es a través de Internet”.

En Chile, explica Zacarías, la Ley 20.606 restringe la publicidad de alimentos altos en nutrientes críticos en los menores de 14 años, “pero en la actualidad aún no se ha publicado el reglamento que sirva de base para la aplicación de la ley, y lo que se ha conversado al respecto es restringir en televisión y radio”.

El Inta se manifiesta de acuerdo a que las restricciones en la publicidad para los alimentos con exceso de nutrientes críticos en menores de 14 años, se prohíba cuando la audiencia es igual o mayor a un 20%. Sin embargo, se debiera indicar cuál será la Norma Técnica para la definición de las audiencias y la periodicidad de revisión, la cual debería ser al menos 1 vez al año. ●