

COMUNICADO DE PRENSA

“Consume Sal Yodada o nada”

Presentan campaña de orientación a la población para elevar el consumo de sal yodada

Santo Domingo, 25 de marzo.- Con el lema “Consume Sal Yodada o nada”, varias instituciones nacionales, encabezadas por la Secretaría de Salud Pública y apoyadas por UNICEF, presentaron una estrategia de movilización social para educar y crear conciencia en la población dominicana sobre la necesidad del consumo adecuado del yodo en la dieta alimenticia diaria.

Esta estrategia supone la ejecución de dos procesos simultáneos: uno es de promoción y educación para la salud, soportado en la campaña masiva “Consume Sal Yodada... o nada” y el otro es el aseguramiento de la yodación de sal para consumo humano, basado en labores de vigilancia y monitoreo de la producción y distribución de sal.

El **objetivo** es llamar la atención sobre la necesidad de consumir sal refinada yodada, creando conciencia sobre la necesidad de yodo en el organismo, a través de la promoción comunitaria, los programas de educación formal y medios de comunicación. Asimismo, se busca sensibilizar y movilizar a la población consumidora para que reclame y demande atención y respeto a las normas que establecen el consumo de sal yodada como medida preventiva a los Desórdenes por Deficiencia de Yodo.

En República Dominicana existe la Norma Dominicana NORDOM14 de la Dirección General de Normas y Sistemas de Calidad, DIGENOR, que establece la obligatoriedad de la yodación de toda la sal que se comercialice en el país y la prohibición de la comercialización de sal en grano para el consumo humano, debido que esta sal contiene muchas impurezas y no es apta para el consumo.

La realización de esta estrategia de comunicación y movilización social es una iniciativa de la Secretaría de Estado de Salud Pública a través de la Subsecretaría de Salud Colectiva, la Dirección General de Promoción de la Salud y la Dirección General de Salud Ambiental, con el apoyo del Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia –UNICEF- y el aporte creativo de Forcadell Publicidad.

Con la participación de la reconocida artista Millie Quezada, con frases contundentes y siguiendo siempre un estilo popular y divertido, a través de un spot radial y televisivo, afiches, folleto y otros artículos de publicidad, se pretende motivar a consumir sal yodada o nada. Tanto el spot de radio como el de televisión tienen como soporte musical un merengue con fuerte ritmo y el estribillo de “consume Sal Yodada... o nada”

COMUNICADO DE PRENSA

El acto de presentación estuvo presidido por el doctor Bautista Rojas, Secretario de Estado de Salud Pública, , Maireni Gautreau, Director de la Dirección General de Promoción en Salud, DIGPRES; el doctor Luis Roa, Director de la Dirección General de Saneamiento Ambiental, DIGESA; Monseñor Julio Cesar Corniell, Presidente de Caritas Dominicana y el señor Tad Palac, representante de UNICEF en el país.

Para mayor información:

Patricia García

Oficial de Comunicación

Tel. 809-473-7373 Ext. 362

pgarcia@unicef.org

Acerca de UNICEF

UNICEF trabaja sobre el terreno en más de 150 países y territorios para ayudar a los niños y niñas a sobrevivir y avanzar en la vida desde la primera infancia hasta la adolescencia. UNICEF es el mayor proveedor de vacunas para los países en desarrollo, y apoya la salud y la nutrición de la infancia, el abastecimiento de agua y saneamiento de calidad, la educación básica de calidad para todos los niños y niñas, y la protección de los niños y las niñas contra la violencia, la explotación y el SIDA. UNICEF está financiado en su totalidad por las contribuciones voluntarias de individuos, empresas, fundaciones y gobiernos.