

ANEXO: RESULTADOS PRELIMINARES DEL MONITOREO DE PUBLICIDAD DE ALIMENTOS Y BEBIDAS EN TELEVISION

El estudio realizado por el Instituto Federal de Telecomunicaciones (IFT) mostró que en 2014, los niños tuvieron un promedio de 4 horas y 34 minutos frente al televisor por día, considerándose un alto nivel de consumo de televisión comparado con otros países. Por ello es indispensable regular este medio de una manera completa y no limitada como lo demuestra el monitoreo realizado por Poder del Consumidor (EPC).

El monitoreo de publicidad de alimentos y bebidas en televisión consideró los canales canales 2,5,7,13 de televisión abierta y el canal Cartoon Network de TV privada. Se grabó un total de 134 horas en días aleatorios entre enero y mayo 2015. Los siguientes resultados son preliminares y muestran el tipo de producto publicitado en los diferentes horarios y programas, regulados y no regulados, y además se mencionan las herramientas utilizadas para enganchar a niños y niñas.

1. Los horarios regulados siguen publicitando productos no saludables

- La regulación está guiada por criterios nutrimentales laxos que no están de acuerdo con las recomendaciones de la Organización Panamericana de la Salud en su reciente *Plan de Acción para la prevención de la obesidad en la niñez y la adolescencia* aprobado por los ministerios de la salud en la región. Por lo tanto, dentro del horario infantil sigue publicitando productos no saludables, especialmente productos altos en azúcar.
- A continuación se muestra una tabla con los productos que se siguen publicitando durante el horario infantil. Estos productos cumplen con los laxos criterios nutrimentales definidos por la industria pero no por los expertos.
- Por ejemplo, Zucaritas Nutri-crisp de Kellogg's es un producto altamente publicitado durante el horario infantil, no obstante es una fuente importante de azúcar ya que contiene 30 gramos de azúcar en 100 gramos de producto que equivale a la cantidad límite de un producto para ser publicitado. En contraste, según los criterios de la OPS para ser publicitado, un cereal de caja debe contener menos de 5 gramos de azúcar en 100 gramos. La regulación mexicana permite que un cereal que contiene seis veces más azúcar que lo permitido bajo las recomendaciones internacionales puede ser publicitado a los niños.

Tabla 1. Productos publicitados en horario regulado.

| FECHA | CANAL | NOMBRE DEL PROGRAMA | HORA DE INICIO DEL PROGRAMA | HORA DE TERMINO DEL PROGRAMA | NOMBRE DEL PRODUCTO |
|-------------|-------|-----------------------|-----------------------------|------------------------------|--------------------------|
| 12/ENE/2015 | 5 | THE HAUNTED HATHAWAYS | 15:00:00 | 16:00:00 | CHOCO KRISPIS POPS |
| 12/ENE/2015 | 5 | THE HAUNTED HATHAWAYS | 15:00:00 | 16:00:00 | CEREAL NESQUIK |
| 12/ENE/2015 | 5 | THE HAUNTED HATHAWAYS | 15:00:00 | 16:00:00 | YOPLAIT MINI SABOR FRESA |

| | | | | | |
|----------------------|-----------------|-------------------------|----------|----------|--------------------------------|
| 10/FEB/2015 | CARTOON NETWORK | LA CQ | 17:30:00 | 18:00:00 | DANONE DANONINO |
| 14/ENE/2015 | 5 | THE HAUNTED HATHAWAYS | 15:00:00 | 16:00:00 | ZUCARITAS NUTRICRISP |
| 14/MAR/2015 (sábado) | 7 | LA CASA DE MICKEY MOUSE | 10:00:00 | 11:00:00 | CERVEZA VICTORIA |
| 14/MAR/2015 (sábado) | 7 | LA CASA DE MICKEY MOUSE | 10:00:00 | 11:00:00 | HOLANDA PALETA SOLERO PARADISE |
| 14/MAR/2015 (sábado) | 7 | PLANETA 51 | 17:45:00 | 19:30:00 | NESQUIK SABOR CHOCOLATE |
| 04/ABR/2015 (sábado) | 5 | KUNG FU PANDA | 08:00:00 | 10:00:00 | KELLOG'S FROOT LOOPS POPS |
| 14/MAR/2015 (sábado) | 7 | PHINEAS Y FERB | 08:30:00 | 10:00:00 | CHOCO MILK COOLCCINO |

2. Los programas más populares entre las y los niños publicitan una alta cantidad de productos chatarra

- De acuerdo a la normatividad, “telenovelas, deportes, noticieros, series cuya clasificación oficial o de origen no se considere apta para menores de edad y películas cuya clasificación oficial o de origen sea B, B15, C o D” no están regulados.
- De acuerdo al informe del Instituto Federal de Telecomunicaciones (IFT) el género más popular entre niñas y niños de 4 a 12 años, son las telenovelas, aun cuando no tienen un contenido dirigido a ellos.
- Pese a lo anterior, el monitoreo mostró que los productos publicitados durante estos programas son altos en azúcar, sodio y grasas saturadas. Si la regulación cubriera también estos programas a los que están altamente expuestos los niños, no podrían anunciarse.
- Además, algunos de los productos que están siendo publicitados durante estos programas usan herramientas diseñadas para atraer niños y adolescentes, por ejemplo caricaturas.
- En la tabla siguiente se muestran los productos que están publicitando durante programas que no están regulados pero se transmiten durante el denominado horario infantil.

Tabla 2. Productos publicitados en programas no regulados, en “horario infantil”.

| FECHA | CANAL | NOMBRE DEL PROGRAMA | HORA DE INICIO DEL PROGRAMA | HORA DE TERMINO DEL PROGRAMA | NOMBRE DEL PRODUCTO |
|-------------|-------|-----------------------------------|-----------------------------|------------------------------|---------------------|
| 19/FEB/2015 | 2 | MUCHACHA ITALIANA VIENE A CASARSE | 16:15:00 | 17:15:00 | TIA ROSA MANTECADAS |
| 19/FEB/2015 | 2 | MUCHACHA ITALIANA VIENE A CASARSE | 16:15:00 | 17:15:00 | DANONE MIX |
| 19/FEB/2015 | 2 | MUCHACHA ITALIANA VIENE A CASARSE | 16:15:00 | 17:15:00 | MARINELA GANSITO |
| 19/FEB/2015 | 2 | MUCHACHA ITALIANA VIENE A CASARSE | 16:15:00 | 17:15:00 | BUD LIGHT |

| | | | | | |
|----------------------|---|-----------------------------------|----------|----------|-------------------------------|
| 19/FEB/2015 | 2 | MUCHACHA ITALIANA VIENE A CASARSE | 16:15:00 | 17:15:00 | SABRITAS DORITOS |
| 10/MAR/2015 | 2 | COMO DICE EL DICHO | 17:15:00 | 18:15:00 | CEREALES KELLOGG'S |
| 19/FEB/2015 | 2 | COMO DICE EL DICHO | 17:15:00 | 18:15:00 | PEPSI MEGA LITRO |
| 19/FEB/2015 | 2 | COMO DICE EL DICHO | 17:15:00 | 18:15:00 | EMPERADOR CHOCOLATE |
| 19/FEB/2015 | 2 | QUE TE PERDONE DIOS | 18:15:00 | 19:15:00 | DOMINOS EXTRA QUESO |
| 19/FEB/2015 | 2 | QUE TE PERDONE DIOS | 18:15:00 | 19:15:00 | CARLOS V |
| 19/FEB/2015 | 2 | QUE TE PERDONE DIOS | 18:15:00 | 19:15:00 | SNICKERS |
| 19/FEB/2015 | 2 | QUE TE PERDONE DIOS | 18:15:00 | 19:15:00 | SABRITAS RUFFLES |
| 10/MAR/2015 | 2 | COMO DICE EL DICHO | 17:15:00 | 18:15:00 | DOMINO'S PIZZAS HAWAIANISIMAS |
| 10/MAR/2015 | 2 | COMO DICE EL DICHO | 17:15:00 | 18:15:00 | KFC |
| 10/MAR/2015 | 2 | COMO DICE EL DICHO | 17:15:00 | 18:15:00 | DANONINO |
| 15/MAR/2015 (sábado) | 2 | MAS DEPORTE | 11:00:00 | 11:45:00 | PATROCINADO POR COCA COLA |

3. Durante los horarios más populares entre las y los niños se publicita una alta cantidad de productos chatarra

- Según el mismo informe de IFT, el horario en que niñas y niños ven más televisión es entre 20:00 y 22:00 hrs. Además, 3 de cada 10 infantes poseen un televisor en su recámara que sugiere que pueden estar expuestos a televisión justo antes de ir a dormir.
- Pese a lo anterior, la regulación termina a las 19:30 hrs de lunes a domingo.
- El monitoreo mostró que niños y niñas están altamente expuestos a la publicidad de una gran variedad de productos de 20 a 22 hrs. Muchas de las bebidas azucaradas y los productos de comida chatarra publicitados durante estos horarios no podrían publicitarse de acuerdo a la regulación mexicana, mucho menos si se siguiera la recomendación de OPS. Además, es importante recalcar que algunos reciben el impuesto especial por ser altos en azúcar y en calorías.
- La tabla siguiente muestra los productos que se están publicitando durante este horario que es el más visto entre niñas y niños.

Tabla 3. Productos publicitados en horarios más vistos por niñas y niños

| FECHA | CANAL | NOMBRE DEL PROGRAMA | HORA DE INICIO DEL PROGRAMA | HORA DE TERMINO DEL PROGRAMA | NOMBRE DEL PRODUCTO |
|-------------|-------|---------------------|-----------------------------|------------------------------|--|
| 22/ABR/2015 | 2 | LO IMPERDONABLE | 21:25:00 | 22:35:00 | SUBWAY SUB DEL DIA (DE POLLO ESTILO TERIYAKI, PIZZA SUB, PECHUGA DE POLLO, COSTILLAS BBQ, ATUN, BLT, ALBONDIGAS) |
| 22/ABR/2015 | 2 | AMORES CON TRAMPA | 20:20:00 | 21:25:00 | MUNDET SIDRAL |
| 22/ABR/2015 | 2 | AMORES CON TRAMPA | 20:20:00 | 21:25:00 | BARCEL TAKIS (TAKIS PARTY Y TAQUIS ROCK) |

| | | | | | |
|-------------|----|----------------------|----------|----------|---|
| 22/ABR/2015 | 2 | LA SOMBRA DEL PASADO | 19:15:00 | 20:20:00 | D'ARI GELATINA (POLVOS PARA GELATINA EN AGUA, DE LECHE SABOR CHOCOLATE Y DE PARA FLAN, GELATINAS LISTAS PARA COMER) |
| 22/ABR/2015 | 2 | LA SOMBRA DEL PASADO | 19:15:00 | 20:20:00 | COCA COLA & COCA COLA ZERO |
| 22/ABR/2015 | 2 | LA SOMBRA DEL PASADO | 19:15:00 | 20:20:00 | CHOKIS VOLCAN (CON CHISPAS DE CHOCOLATE BLANCO, OSCURO Y ARANDANOS) |
| 22/ABR/2015 | 2 | LA SOMBRA DEL PASADO | 19:15:00 | 20:20:00 | HOLANDA PALETA SOLERO PARADISE (FRUTOS ROJOS Y VAINILLA) |
| 22/ABR/2015 | 2 | LA SOMBRA DEL PASADO | 19:15:00 | 20:20:00 | JUMEX JUGOS |
| 22/ABR/2015 | 2 | AMORES CON TRAMPA | 20:20:00 | 21:25:00 | LITTLE CAESARS PIZZA HOT-N-READY DE PEPPERONI |
| 22/ABR/2015 | 2 | AMORES CON TRAMPA | 20:20:00 | 21:25:00 | BIMBO DONAS |
| 22/ABR/2015 | 2 | AMORES CON TRAMPA | 20:20:00 | 21:25:00 | MARINELA NAPOLITANO |
| 22/ABR/2015 | 2 | AMORES CON TRAMPA | 20:20:00 | 21:25:00 | GATORADE |
| 11/MAR/2015 | 7 | LOS SIMPSONS | 19:30:00 | 20:30:00 | CHOCO MILK COOLCCINO |
| 13/ENE/2015 | 13 | RASTROS DE MENTIRAS | 21:00:00 | 22:00:00 | BIMBO PAN DULCE Y BARRAS (BIMBUÑUELOS Y MADALENAS) |
| 13/ENE/2015 | 13 | RASTROS DE MENTIRAS | 21:00:00 | 22:00:00 | BARCEL KAMELADAS POP, HOT NUTS MULTINTENSO, RUNNERS, TAKIS FUEGO Y CHIPS JALAPEÑO |
| 13/ENE/2015 | 13 | RASTROS DE MENTIRAS | 21:00:00 | 22:00:00 | HERSHEY'S BITES |

Además de los hallazgos preliminares del monitoreo es importante insistir en que la regulación no cubre otros canales de comunicación.

- Además de la televisión, las niñas y niños están expuestos a muchas otras canales como el internet, la publicidad en las calles y espacios públicos. De acuerdo al IFT, el alcance de internet entre los 4 y 12 años es de 17% mientras que el alcance del cine es muy inferior con solo 5%. Pese a ello, es el único otro medio además de la TV que está regulado en México.
- La omisión del Internet en la regulación se considera una gran deficiencia. Las empresas de comida chatarra involucran a niñas y niños en sus páginas de internet con votaciones, encuestas, videos, juegos, blogs, aplicaciones móviles y artículos dirigidos a ellos. Varios sitios cuentan con comunidades infantiles y utilizan redes sociales.

- Además, la oficina regional para América Latina y el Caribe de UNICEF acaba de publicar el informe “Estudio exploratorio sobre la promoción y publicidad de alimentos y bebidas no saludables dirigida a niños en América Latina y el Caribe” en el que investiga la promoción de las bebidas y alimentos chatarra en Internet y en aplicaciones móviles en México, Argentina y Costa Rica. El informe muestra que los productos más publicitados en sitios web de México son golosinas saladas, cereales y barras de cereal y 84% de los sitios revisados usan caricaturas para vender sus productos y la mayoría de los sitios web utilizan varias herramientas al mismo tiempo.

Conclusión

Los resultados preliminares del monitoreo de televisión realizado por EPC, junto con los resultados del informe de IFT dan fuerte evidencia de la necesidad de fortalecer la regulación de publicidad de alimentos y bebidas dirigida a niños. Para proteger la salud de nuestros niños y reducir su exposición a la comida chatarra, el gobierno de México debe utilizar los criterios recomendados en el *Plan de Acción para la prevención de la obesidad en la niñez y la adolescencia* de la Organización Panamericana de la Salud para que productos altos en azúcar, sodio y grasas saturadas no puedan ser publicitados a nuestros niños. Además, deberían regular las herramientas usadas para enganchar a nuestros niños, como el uso de concursos, caricaturas, celebridades ya que éstas fortalecen el impacto que los anuncios tienen en ellos. Asimismo, los programas como las telenovelas que son los más vistos por los niños y la transmisión entre 20:00 y 22:00 hrs en la que los niños están más expuestos, deben incluirse dentro de la regulación.

Referencias

1. Instituto Federal de Telecomunicaciones (IFT) 2015. Estudios sobre oferta y consumo de programación para público infantil en radio, televisión radiodifundida y restringida.
2. UNICEF 2015. Estudio exploratorio sobre la promoción y publicidad de alimentos y bebidas no saludables dirigida a niños en América Latina y el Caribe, Oficina Regional para América Latina y el Caribe.