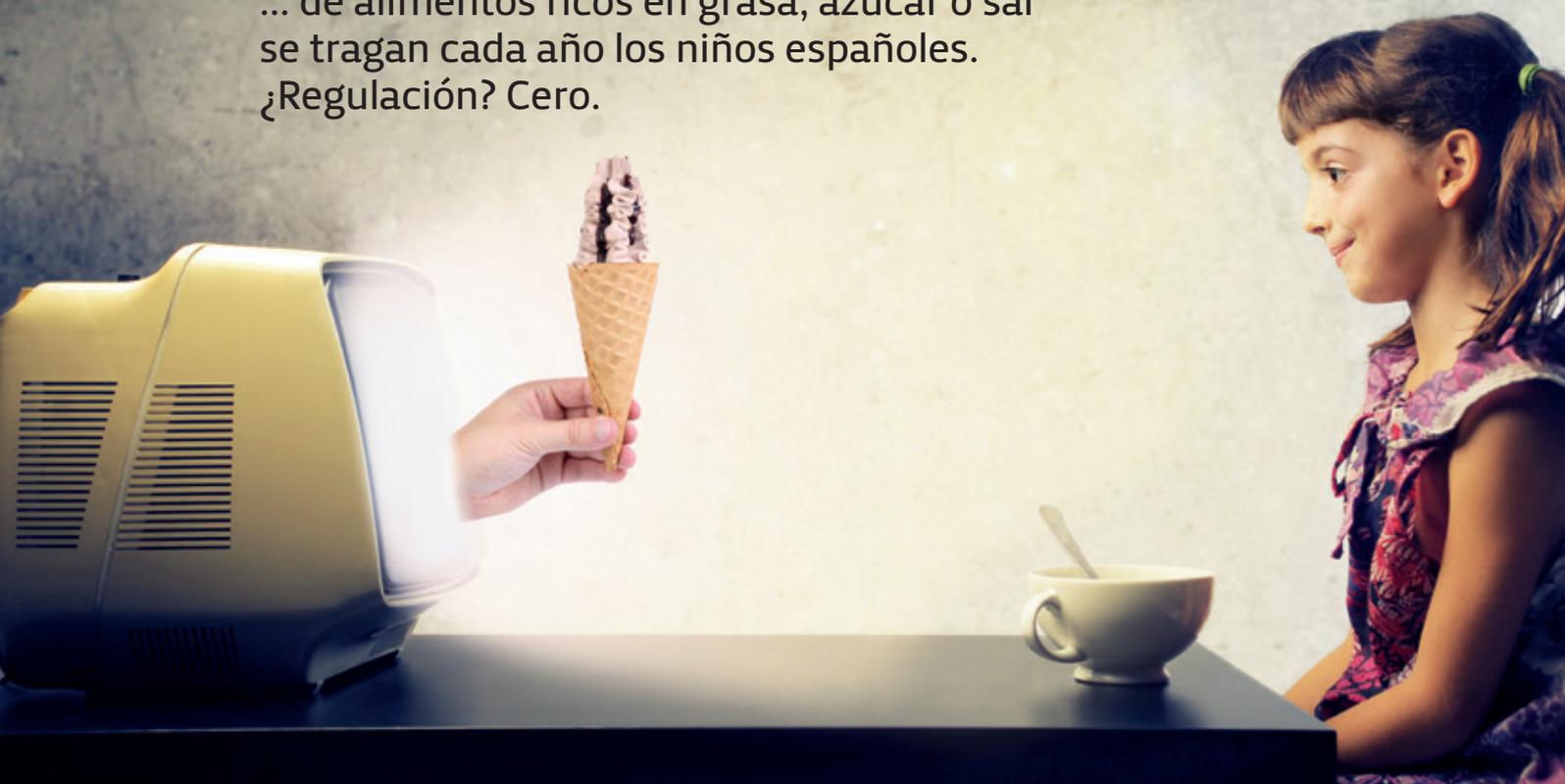


4.200 anuncios

... de alimentos ricos en grasa, azúcar o sal se tragan cada año los niños españoles.
¿Regulación? Cero.



Durante los últimos años, OCU ha realizado varios estudios con objeto de medir la presencia de la publicidad de los alimentos en la televisión. El paso del tiempo no ha traído apenas cambios: bebidas y comidas siguen siendo protagonistas de una cuarta parte de los anuncios. Además, los más habituales son los que tratan de convencer a los niños (y a los mayores) para que consuman productos que solo debieran ser ocasionales por su alto contenido en grasas, ácidos grasos de tipo trans, azúcares simples o sal. Fomentan, por tanto, hábitos que, en caso de

mantenerse en el tiempo, resultan perjudiciales para la salud. No podemos mirar hacia otro lado. Según distintos estudios, de media pasamos más de 4 horas diarias sentados frente a la tele; los niños, 2 h 30 min. Quienes más tiempo dedican a esta u otras actividades sedentarias, más riesgo

En OCU llevamos años reclamando que se limite esta publicidad

tienen de terminar con sobrepeso, problemas cardiovasculares o alteraciones en el ritmo del sueño, por ejemplo. Y como ya mencionamos en la revista pasada, los kilos de más están a la orden del día. Nada menos que uno de cada 10 menores es obeso y 2 de cada 10 tienen sobrepeso. Si a eso le sumamos que los niños son vulnerables, se sienten atraídos por los regalos, los colores llamativos, influyen en las decisiones de compra de sus padres; que muchos adultos aún no han aprendido a ver la tele con ojos críticos... pues tenemos un panorama poco alentador.

NUESTRO ESTUDIO

17.788 anuncios en una semana

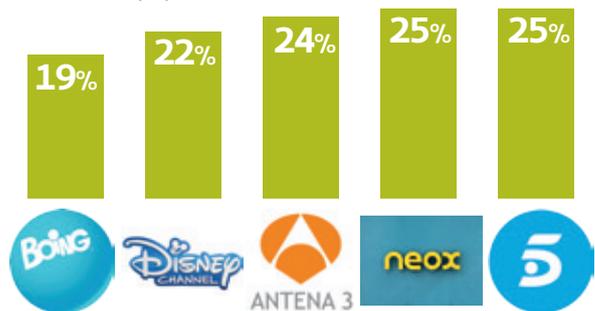
- La televisión y la publicidad de alimentos son las protagonistas de este estudio. Es el tercero de este tipo que publica OCU y el primero que es fruto de la colaboración con la Asociación Madrileña de Salud Pública.
- Para el análisis, se recopiló la programación habitual de una semana completa, entre las 8 y las 24 horas, cuando hay más niños viendo la tele.
- Se seleccionaron 5 cadenas nacionales: 3 infantiles o juveniles (Disney Channel, Boing y Neox) y 2 para todos los públicos (Tele 5, Antena 3).
- Personal entrenado realizó el visionado de las grabaciones, que se efectuaron en distintos momentos entre enero y abril de 2012. En total se han revisado 17.788 anuncios.
- De cada alimento anunciado se hizo un análisis nutricional a partir de la información de su etiquetado. Para clasificar los alimentos como "menos saludables" se utilizaron los criterios de la Food Standar Agency británica.
- Si un anuncio, por el tipo de producto, la forma del mensaje, el canal o el horario en el que se emite va dirigido a los niños, se clasifica como tal.

4.212 anuncios de comestibles

Casi una cuarta parte de todos los anuncios vistos son de alimentos y bebidas. Más de la mitad están dirigidos a niños.



ANUNCIOS DE ALIMENTOS Y BEBIDAS EN CADA CADENA (%)



Urge tomar medidas tanto fuera como dentro de casa.

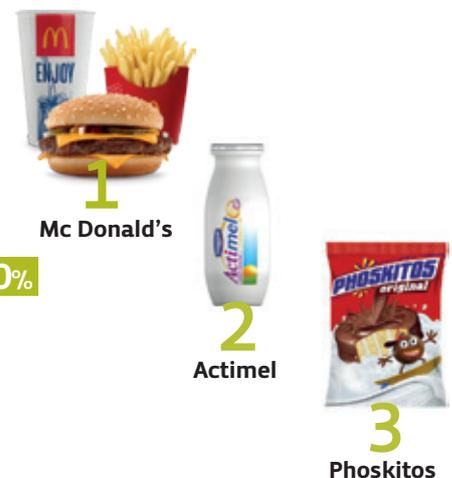
Débiles compromisos

Que existe mucha publicidad que no favorece unos hábitos saludables es un hecho bien conocido por todos. Y se han hecho llamamientos para que se actúe en Europa y en todos los países. La Organización Mundial de la Salud sin ir más lejos pide que restrinja la promoción de alimentos con unas características nutricionales poco recomendables, por ser ricos en grasas saturadas, ácidos grasos trans, azúcares simples y sal.



Para niños, los más anunciados son...

Como verá, entre los productos para niños más anunciados no están las frutas o verduras ni otros alimentos frescos.



Así anuncian los alimentos y bebidas

En los programas infantiles se emite el 25% de todos los anuncios de alimentos y bebidas. También hay muchos en las películas y los programas de entretenimiento.



1 de cada 3

son de bebidas; el resto, de comida.

Lo que más destacan los anunciantes es...

el sabor (36%)
la diversión (22%)

26%

con famosos

celebridades, deportistas, personajes de animación...

1 de cada 4

de estos anuncios ofrecen regalos, sorteos, premios...

20%
en sábado

El sábado es el día de la semana con más anuncios de alimentos poco saludables.



Pero en España no parece ser una prioridad. Existe desde hace tiempo una declaración de intenciones, con buenos principios, que buscaba la autorregulación de la publicidad de alimentos dirigida a menores para prevenir la obesidad y mejorar la salud. Nos referimos al código PAOS creado hace nueve años por la entonces llamada Agencia Española de Seguridad Alimentaria y Nutrición. Un código con buenos principios que han ido firmado la industria alimentaria, las cadenas de televisión, los sectores de la restauración y la distribución... Pero todo apunta a que es papel mojado porque, ¿se ha fijado en la cantidad de personales famosos de estos anuncios? El código PAOS lo desaconsejaba pero... Además, lo que es de traca es que esta misma Agencia haya firmado un convenio de colaboración con la Fundación Alimentum, en la

que están las principales empresas del sector. Se trata de un plan de fomento de Hábitos de Vida Saludables (HAVISA) y consiste en incluir en los anuncios de alimentos unos mensajes que incitan a moverse más o a hacer una dieta variada y equilibrada. Pero parece que da igual si esos productos son poco saludables.

Por otro lado, se supone que hay una Ley de Comunicación Audiovisual que en su día fijó un horario de protección infantil en televisión, de 6 de la mañana a 10 de la noche. Pero la emisión de estos anuncios para niños de productos poco saludables se produce dentro y fuera de esa franja horaria.

Algo tiene que cambiar

OCU lleva tiempo reclamando un cambio en la normativa, hasta ahora sin éxito. Por eso reiteramos nuestras peticiones:

EDUCAR EN CASA

APRENDER A VER LA TELE Y LOS ANUNCIOS

No hay por qué suprimir totalmente la televisión de nuestras vidas, pero sí hacer un mejor uso de ella. Algunas ideas:

- ◆ Predique con el ejemplo: evite tener la tele encendida todo el tiempo o sin motivo. Llegue a acuerdos para fijar el tiempo diario o semanal que se dedica a esta actividad.
- ◆ Valore si necesita más de un televisor en casa o en la habitación de los niños.
- ◆ Seleccione con sus hijos lo que van a ver. Si el programa coincide con el momento de deberes, de dormir, etc., grábelo para verlo después.
- ◆ Los más pequeños de la casa no diferencian los anuncios de la realidad. Siéntese con ellos a verlos y enséñales a ser críticos con los que dicen y muestran, a conocer las estrategias de los anunciantes, a no vivir apegados a las marcas.
- ◆ No utilice la tele como guardería durante todo el tiempo que tiene para compartir con sus hijos. Piense en otras actividades alternativas, lejos de pantallas, sillas y sofás.

Una advertencia necesaria: abusar del consumo de ciertos alimentos daña seriamente la salud

- Queremos que se limiten los anuncios de alimentos poco saludables en horario infantil. Un ejemplo de cómo hacerlo lo tenemos en Reino Unido. Allí, tras prohibir la publicidad de alimentos poco saludables en los programas con más audiencia infantil, se redujo en un tercio su emisión.
- Las restricciones a ese tipo de publicidad debieran afectar al resto de entornos donde se mueven los niños: webs infantiles y juveniles, colegios, zonas de juego...
- No es de recibo que se ofrezcan tantos regalos para incitar a los niños a consumir estos productos.
- Es preciso, como en el tabaco, hacer campañas para advertir que abusar del consumo de ciertos alimentos daña seriamente la salud.
- Se debería fomentar y hacer atractiva también la publicidad de los alimentos que debieran ser habituales en nuestra dieta. ❤️



¿Crees que la luz está por las nubes?

Descubre cómo ahorrar más de 180€* en el consumo energético de tu vivienda y también en telefonía, en la cesta de la compra, en los seguros de automóvil... Entra en asiseahorra.ocu.org y descubre en menos de 2 minutos todo lo que puedes ahorrar en un año.

Te ayudamos a tomar la decisión de consumo más acertada de una manera rápida y sencilla.

Entra en asiseahorra.ocu.org y aprovecha las ventajas que OCU te ofrece.

(*) Datos de ahorro máximo par a un año calculados para un perfil de usuario estándar en consumo de gas y electricidad.

ASISEAHORRA.OCU.ORG

www.ocu.org

Creado por

