



Cuatro de cada diez anuncios que se emiten en programas infantiles son de alimentos poco saludables, ricos en grasa, sal o azúcar. Teniendo en cuenta lo influenciables que son los niños, ¿queremos este tipo de publicidad para ellos?

OBESIDAD

España es, después de Italia, Malta y Grecia, el país de la Unión Europea con mayor porcentaje de niños obesos.

DESAYUNO

Sólo el 5% de los niños toma un desayuno equilibrado con leche, fruta (o zumo) e hidratos de carbono (cereales, pan, galletas...).

5 AL DÍA

Es el número de raciones de frutas y verduras que sus hijos deben tomar cada día. Téngalo en cuenta.

Con la comida no se juega

19 cadenas durante una semana

- El pasado mes de abril, y durante una semana, analizamos la duración y el tipo de publicidad emitida por 19 cadenas de televisión nacionales y autonómicas.
- El horario seleccionado fue de 6:00 de la mañana a 9:00 de la noche, que es el establecido por la Organización Mundial de la Salud como horario infantil.
- Prestamos especial atención a los programas infantiles, que son a los que se refieren la mayoría de los gráficos: Los Lunnis, Club Megatrix, Birlokus club, Los Algos, Padre de familia, Cyberclub, Club Super 3, Código Liokos, La Banda, Club Xabarin, Betizu, Kosmi Club, Zagales, El mon d'en guai, Babalá o Presta Asgaya.



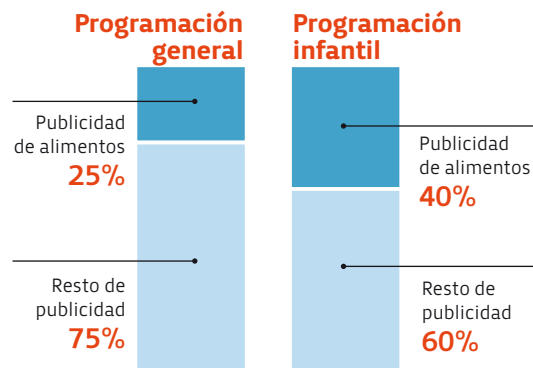
El sobrepeso es el origen de muchos casos de hipertensión, colesterol alto, enfermedades cardiovasculares, diabetes o, incluso, depresión y baja autoestima. Aún así, el número de menores con exceso de peso no hace sino aumentar: se calcula que uno de cuatro niños españoles tiene sobrepeso... ¡el doble que hace diez años! Dos son, básicamente, las causas: la vida sedentaria y una alimentación poco saludable. Y es que la bici y el escondite pierden protagonismo en favor de la consola y el televisor, mientras que la dieta mediterránea ha sido sustituida por alimentos procesados ricos en grasa, azúcar o sal. Alimentos que,

en gran medida, los mismos niños piden, puesto que buena parte del tiempo que pasan en casa están siendo bombardeados por una publicidad que promueve este tipo de productos.

22 anuncios diarios de alimentos

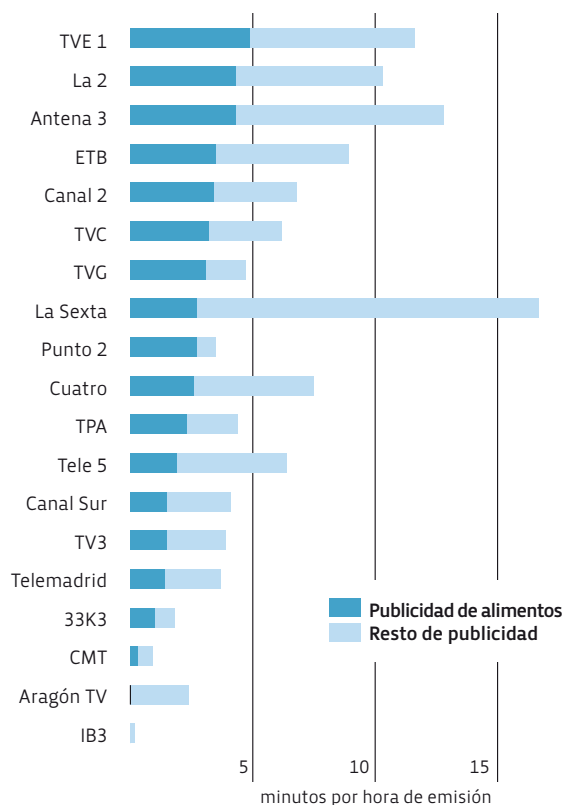
Los alimentos procesados representan, en conjunto, una de las principales porciones del pastel publicitario televisivo. Pero cuando se trata de programas infantiles, los alimentos son ya, claramente, el producto estrella: cuatro de cada diez anuncios son de comidas (vea, arriba, *Los niños: el principal objetivo*). A veces incluso más, so-

Los niños: el principal objetivo



El porcentaje de publicidad de alimentos en programas infantiles ha descendido en los últimos años. Aún así, sigue representando un 40% sobre el total, cuando en el resto de la programación apenas constituye un 25%.

Las peores: la 1, la 2 y la 3



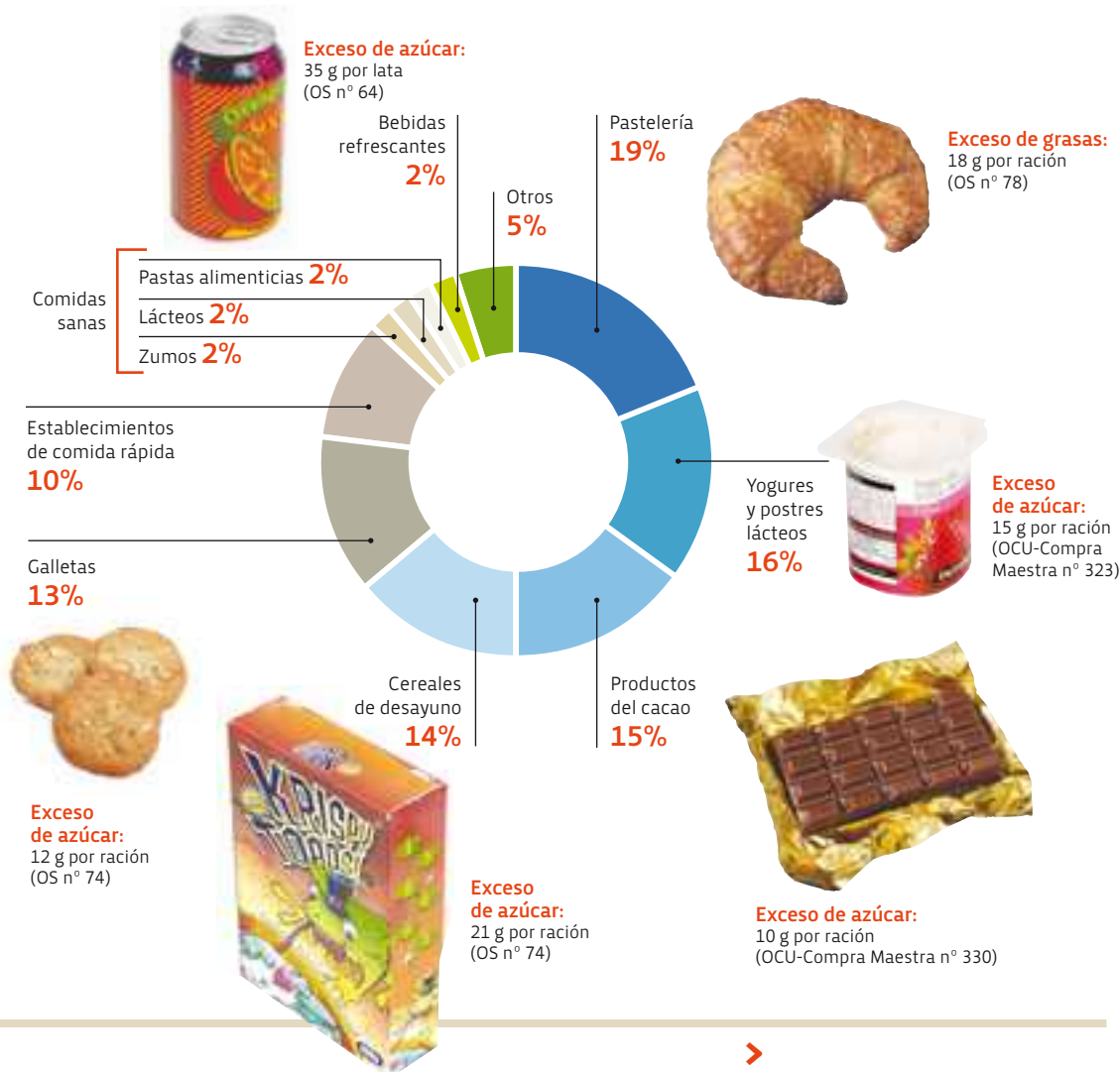
Durante su programación infantil, TVE 1, La 2 y Antena 3 dedican más de cuatro minutos por hora a promocionar alimentos (normalmente poco saludables). La Sexta es, con diferencia, la cadena con más minutos de publicidad por hora de emisión, pero "sólo" dedica dos minutos y medio a los productos alimentarios.

Poco saludables

Apenas el 6% de los alimentos que se publicitan en programas infantiles son claramente saludables: pastas alimenticias, lácteos y zumos. El resto tienen algún tipo de exceso, por lo general de azúcar, pero también de sal y grasas.



Exceso de grasa:
50% de la ración diaria recomendada.
Exceso de azúcar:
100% de la ración diaria recomendada
(OS n° 69)



UN RIESGO INNECESARIO

¿CERVEZA PARA NIÑOS?

No se entiende que se emitan en programas infantiles anuncios de cerveza, aunque sea sin alcohol. Salvo porque se quiera estimular el consumo de este tipo de bebida entre los menores.

Antena 3, La Sexta y La 2 emiten publicidad de cerveza en programas infantiles. Evidentemente, es cerveza sin alcohol. Sin embargo dudamos mucho de que un niño pequeño distinga entre cerveza con alcohol y cerveza sin alcohol. Por eso, nos parece que este tipo de anuncios no hacen sino promover un futuro hábito no aconsejable para la salud de los menores.

Por cierto, la emisión de anuncios de bebidas alcohólicas de más de 20° está terminantemente prohibida en televisión, no importa a qué hora del día. En lo que respecta a las bebidas alcohólicas de menor graduación, sólo pueden publicitarse entre las 10:00 de la noche y las 8:00 de la mañana.

> bre todo en determinadas cadenas de televisión (lo puede comprobar en el gráfico de la página 11, *Las peores: la 1, la 2 y la 3*). Y eso sin contar los minutos que se emiten justo antes y después de este tipo de programas.

Si tenemos en cuenta que un niño de entre 4 y 12 años pasa unas dos horas y media diarias frente al televisor, podemos concluir que ve, de media, seis minutos y treinta segundos de publicidad de productos alimentarios cada día; o lo que es lo mismo, 22 anuncios. Pero lo peor es que hablamos de productos que un menor no es capaz de discriminar entre saludables y no saludables. Sobre todo si resulta que quien los anuncia es uno de sus héroes de la tele: un

Un niño pasa una media de dos horas y media al día frente al televisor

futbolista, un actor famoso, un dibujo animado, etc.

Demasiado azúcar, grasas y sal

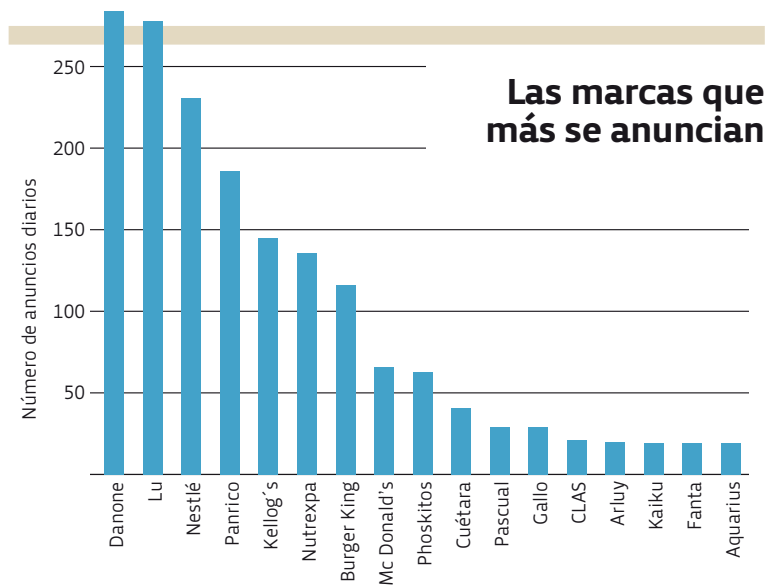
Nuestro análisis revela la amplitud del bombardeo publicitario de productos alimentarios en la gran mayoría de las cadenas de televisión, así como la ausencia

de límite alguno cuando el objetivo es el público infantil. Pero las alarmas saltan aún con más intensidad cuando valoramos el tipo de productos alimentarios que se anuncian durante los programas para niños. Porque, tal y como puede observar en el gráfico de la izquierda (*Poco saludables*), los alimentos más promo-

Las marcas emplean personajes famosos para promocionar alimentos poco saludables

cionados no son precisamente los más recomendables para incluir en una dieta infantil: pastelería, yogures y postres frescos, productos de cacao... Alimentos que, según los resultados de nuestros análisis, publicados a lo largo de los últimos años, destacan por su excesivo aporte de grasas saturadas, azúcar y sal.

Le recordamos que una dieta sana debe incluir prioritariamente alimentos tales como el arroz, la pasta, el pan, las frutas, las verduras y las legumbres. Productos que, sin embargo, apenas ocupan un 6% del espacio publicitario emitido en los programas infantiles.



El esfuerzo publicitario de determinadas marcas, como Danone, Lu o Nestlé es espectacular. Pero lo cierto es que la mayoría de los productos que promocionan estas grandes marcas son ricos en grasas, azúcares o sal.

MAL EJEMPLO

EL NO DEL FÚTBOL

Los ingresos publicitarios de las grandes marcas priman sobre los intereses de los consumidores



Con motivo de la celebración de la Eurocopa de Fútbol, la Oficina Europea del Consumidor (BEUC), de la que OCU es miembro permanente, mostró su preocupación al Presidente de la UEFA, Michel Platini, porque dos de sus patrocinadores (Mc Donalds y Coca Cola) fomentaban el consumo de alimentos poco saludables.

Lamentablemente, la UEFA hizo oídos sordos y se perdió una extraordinaria oportunidad de fomentar, entre millones de espectadores europeos (muchos, menores de edad), unos hábitos alimentarios sanos.

LA VOZ DE LA OCU

En manos del Gobierno

Reclamamos a la Administración la incorporación a la legislación española del código elaborado por Consumers International (grupo de organizaciones de consumidores al que pertenece la OCU) en colaboración con la International Obesity Task Force y bajo los auspicios de la Organización Mundial de la Salud, cuyos objetivos son:

- ◆ Prohibir la emisión de anuncios de alimentos poco saludables entre las 6:00 de la mañana y las 9:00 de la noche en radio y televisión.
- ◆ No promocionar alimentos poco saludables utilizando los nuevos medios de comunicación (como los sitios web).
- ◆ No promocionar alimentos poco saludables en las escuelas.
- ◆ No incluir regalos, juguetes o artículos coleccionables que inciten a los niños a comer alimentos no saludables.
- ◆ No permitir el uso de personajes famosos, dibujos animados, concursos o regalos en la comercialización de alimentos poco saludables.

Sea como sea, hasta que este código vea la luz, recomendamos a los padres limitar el tiempo que sus hijos ven la tele e inculcarles buenos hábitos de alimentación (preferiblemente con el ejemplo). 🍎