



NOMBRE Y APELLIDO ESTUDIANTE:

GUIA DE ACTIVIDADES. N° 3
“¿Qué entendemos por publicidad?”

ASIGNATURA	Consumo y calidad de	CURSO	2 A, 2B, 2C, 2D, 2E, 2F.
PROFESOR	Esteban Ormazábal Flores	CORREO PROFESOR	profesoresteban.ormazabalflores@gmail.com
FECHA DE INICIO	19 de Abril	FECHA DE TERMINO	30 de Abril
Objetivo de Aprendizaje	Conocer las normas legales sobre información básica comercial y sobre publicidad que regulan el mercado chileno.		

INDICACIONES DEL PROFESOR.

Estimada alumna y alumno. En la siguiente guía te damos a conocer los principales aspectos que regulan la publicidad en Chile.
En la primera parte se menciona la labor del Código Chileno de ética Publicitaria, luego se explica el beneficio de la ley 20.606 sobre composición nutricional de los alimentos y su publicidad.
Lea el contenido y luego conteste las interrogantes que se encuentran al final de la hoja.

¿ Qué entendemos por publicidad?.

Por publicidad entenderemos una forma de comunicación que intenta aumentar el consumo de un producto o servicio, insertar una nueva marca o producto dentro del mercado de consumo. También puede tener como objetivo, mejorar la imagen de una marca de un producto en la mente de un consumidor.

En Chile contamos con el Código Chileno de Ética Publicitaria.
Aplicable a todos los avisos o piezas publicitarias que se refieran a productos o servicios dirigidos al público consumidor. Este código señala que la publicidad debe encuadrarse dentro de la legalidad, la decencia, la honestidad y la veracidad, agrega que “ningún aviso o manifestación publicitaria debe presentarse en forma que menoscabe la confianza del público en la publicidad”.

Específicamente, menciona la regulación de:

- 1.-El uso de la violencia en la publicidad.
- 2.- Las condiciones que deben cumplir las piezas publicitarias para no inducir a engaño o confusión al público.
- 3.-La forma que debe respetar la publicidad testimonial; el respeto que se debe guardar por la vida privada y la intimidad de las personas.
- 4.-Los requisitos que debe cumplir la publicidad comparativa.
- 5.-El respeto que se debe tener por la imagen adquirida de productos o empresas.
- 6.-Las restricciones al plagio o imitación.
- 7.- Reglamentación especial de la publicidad dirigida a niños y jóvenes; de bebidas alcohólicas y tabacos.
- 8.- Aquellas referidas al respeto de normas de seguridad.

¿ Qué entendemos por plagio?.

El plagio es utilizar el trabajo o las ideas de otra persona sin atribuir el crédito adecuado y presentar el trabajo o las ideas como propios. Cuando alguien comete plagio, el acto va en contra del autor de la obra. Algunos ejemplos de plagio incluyen: Apropiarse de ideas que no son tuyas u omitir su origen. (www.udechile.cl).



“ALTO EN...”



En el contexto del consumidor, el cual convivimos diariamente con la publicidad, existe la ley de Etiquetado de Alimentos 20.606, la cual tiene por objetivo:

- 1.-Proteger la salud de los chilenos y chilenas, en especial la de niños y niñas.
- 2.-Entregar información más clara y comprensible al consumidor por medio de los sellos de advertencia “ALTO EN...”, que indican que un alimento tiene alto contenido de calorías, grasas saturadas, azúcares y/o sodio.
- 3.-Asegurar una oferta saludable de alimentos al interior de los alimentos educacionales de pre-básica, básica y media.
- 4.-Restringir la publicidad dirigida a menores de 14 años, sobre alimentos que poseen un alto contenido de calorías, grasas saturadas, azúcares y /o sodio.

Se debe considerar lo mencionado por el Ministerio de Salud; uno de cada tres niños y/o niñas, menores de seis años tiene exceso de peso. Además una persona muere cada hora que pasa a causa de enfermedades asociadas al exceso de peso, como la obesidad, la diabetes, la presión alta y los problemas del corazón.

Incluir obligatoriamente en el etiquetado el mensaje frontal “ALTO EN” que indica cuáles alimentos superan los límites establecidos, de manera visible y de fácil comprensión, a través de un octágono negro con letras blancas, ha permitido socializar la diferencia entre comida chatarra y saludable.

Analicemos el siguiente cuadro.

Tabla A

Nutriente o energía	Fecha de vigencia desde el 27 de Junio 2016	Fecha de vigencia desde el 27 de Junio 2018	Fecha de vigencia desde el 27 de Junio 2021
Energía por 100 gramos	350	300	275

Por ejemplo, supongamos que queremos comprar una caja de barra de cereal. La caja contiene 6 barras de cereal sin azúcar, sin embargo tiene un sello “ALTO EN CALORÍAS” como lo describe la tabla B. ¿ Qué quiere decir?.

Tabla B

	100 gramos
Valor energético	400

Esto quiere decir que por cada 100 gramos este producto contiene 400 (kcal) en calorías. Si comparamos la tabla A, creada por el Ministerio de Salud, con la tabla B, que especifica las calorías del cereal, este se encuentra sobre la cantidad permitida en los 100 gramos, por lo tanto es “ALTO EN CALORÍAS”.

Los alimentos que no llevan sellos de advertencia son aquellos a los que no se les ha agregado sodio, azúcar o grasas saturadas en su elaboración, por lo que se recomienda preferir el consumo de éstos, ya que son más saludables.

¿Qué hacer frente a un alimento etiquetado con sellos “ALTO EN...”

- Si es posible, privilegiar alimentos sin etiquetado frontal o con menos sellos, ya que éstos serán más saludables.
- Elegir más alimentos frescos, con menor contenido de azúcar, grasas saturadas, sodio y calorías.
- Considerar que los alimentos con más sellos de advertencia significan más daño potencial para la salud.
- Tener presente que es recomendable reducir paulatinamente la frecuencia de consumo de alimentos con sellos de advertencia.

Preguntas.

- 1.-¿Qué tipo de sello de advertencia contiene la caja de cigarrillos?
- 2.-Mencione tres objetivos que presenta la ley 20.606.
- 3.-¿ A qué otro tipo de población podrían estar dirigidos los sellos “ALTO EN...”?
- 4.- Según la tabla A, desde el 27 de Junio del 2021 ¿Cuánta energía por 100 gramos debe tener un alimento para ser considerado saludable?
- 5.-¿ En qué circunstancia se determina un plagio?.

