



EL PODER DEL CONSUMIDOR

Exposición de la infancia a la publicidad de comida chatarra en las plataformas digitales de Aprende en Casa

Estudio exploratorio basado en el monitoreo publicitario con niños, niñas y adolescentes.

Abril 2021

El contexto actual

- A razón de la pandemia por COVID-19, **las clases presenciales transitaron a clases en línea**, transmitidas por televisión e internet a través del **programa Aprende en Casa**, que fue lanzado por la Secretaría de Educación Pública (SEP) el 20 de abril del 2020 y **continúa vigente para el ciclo escolar 2020-2021**.
- El Programa Aprende en Casa es transmitido en diversos horarios de televisión abierta. Tiene una página web oficial y un canal oficial en YouTube, donde concentran las clases únicamente de nivel preescolar y primaria. **Asimismo, han surgido canales de otros usuarios e incluso aplicaciones que re-transmiten las clases del programa.**
- Sin duda, actualmente niñas, niños y adolescentes tienen un **mayor uso de los medios de comunicación digital, y por tanto una posible mayor exposición a anuncios publicitarios.**
- Es importante explorar la posible publicidad en las plataformas educativas **porque los anuncios de alimentos y bebidas influye en los gustos y en las decisiones de consumo** de los niños, generando un deterioro en sus hábitos de alimentación y **aumentando sus riesgos para desarrollar obesidad y enfermedades crónicas como diabetes.**

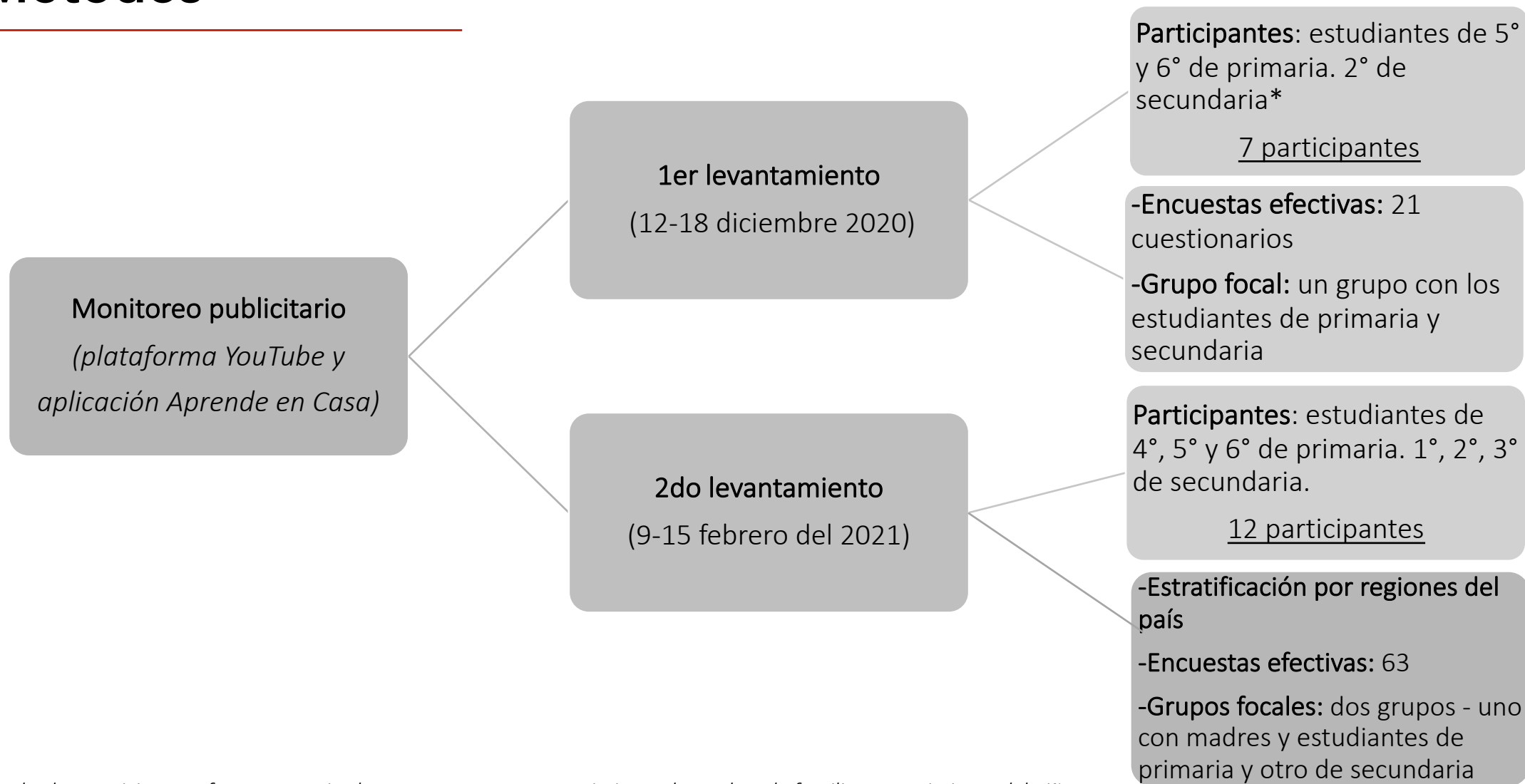


Objetivo del monitoreo publicitario

Explorar la experiencia de niñas, niños y adolescentes al usar las plataformas del programa educativo Aprende en Casa para identificar la exposición a anuncios publicitarios, en particular de alimentos y bebidas



Métodos



° Todos los participantes fueron capacitados y cuentan con consentimiento de madres de familia y asentimiento del niño, niña y adolescente.



Primer levantamiento

Diciembre 2020



Resultados: aplicación Aprende en Casa

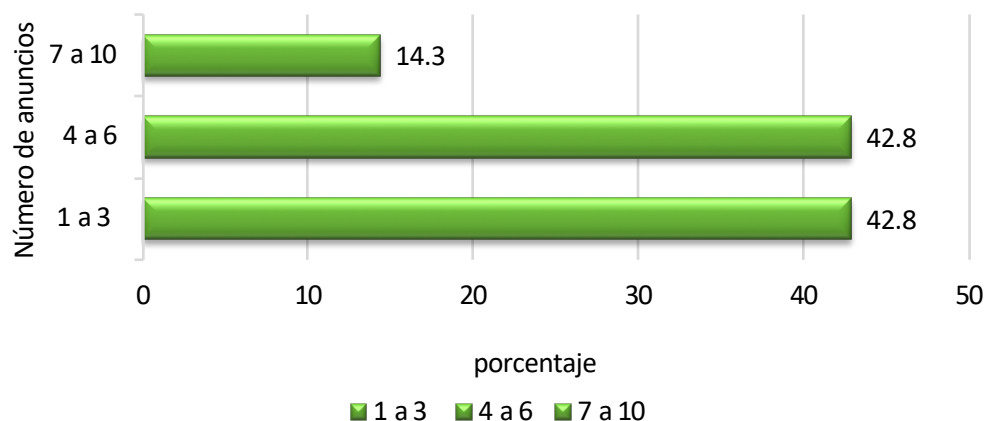
Anuncios generales:

- El 100% de los participantes estuvieron expuestos a algún tipo de publicidad.
- 85.6% de los participantes estuvieron expuestos entre 1-6 anuncios y 14.4% hasta 10 anuncios cada día.
- 71.4% de los anuncios fueron de juguetes, autos, juegos digitales, tiendas departamentales y plataformas de televisión

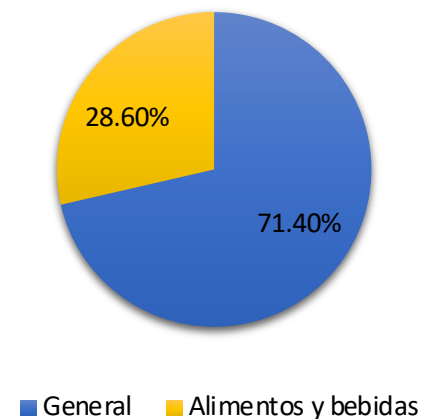
Anuncios de alimentos y bebidas:

- 28.6% fue principalmente de comida rápida, bebidas azucaradas y lácteos

Número de anuncios vistos en la aplicación Aprende en Casa



Tipos de anuncios vistos en la aplicación Aprende en Casa



Resultados: plataforma YouTube

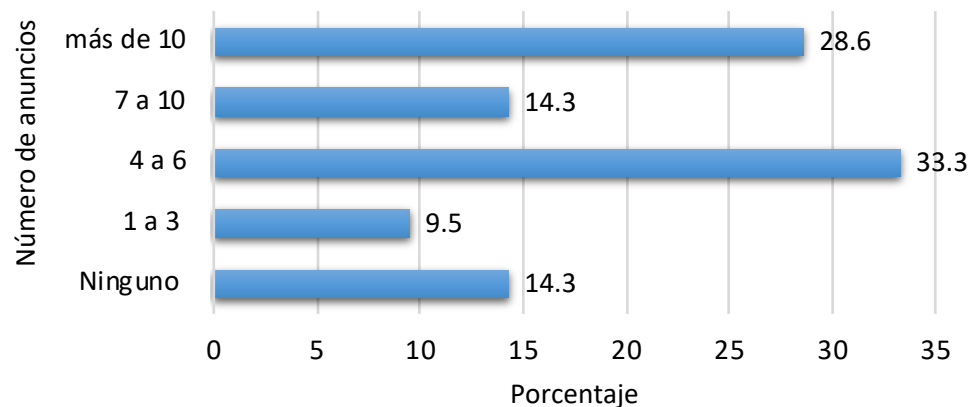
Anuncios generales:

- 85.5% de los participantes estuvieron expuestos a algún tipo de publicidad.
- 76.2% de los participantes estuvieron expuestos entre 4 y más de 10 anuncios publicitarios cada día.
- 23.8% de los anuncios fueron de celulares, autos, juegos digitales, tiendas departamentales y aplicaciones de envío de productos

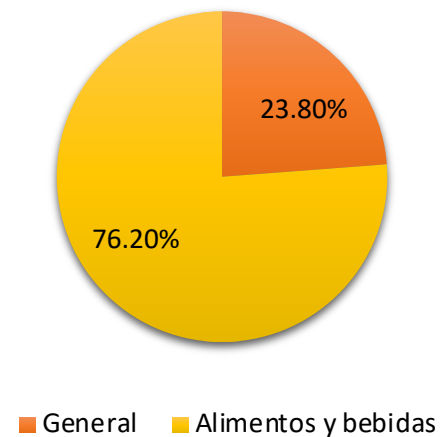
Anuncios de alimentos y bebidas:

- 76.2% fue principalmente de lácteos, refrescos, jugos, papas, galletas y comida rápida.

Número de anuncios vistos en la plataforma de YouTube



Tipos de anuncios vistos en canal de Youtube



Segundo levantamiento

Febrero 2020



Resultados: aplicación Aprende en Casa

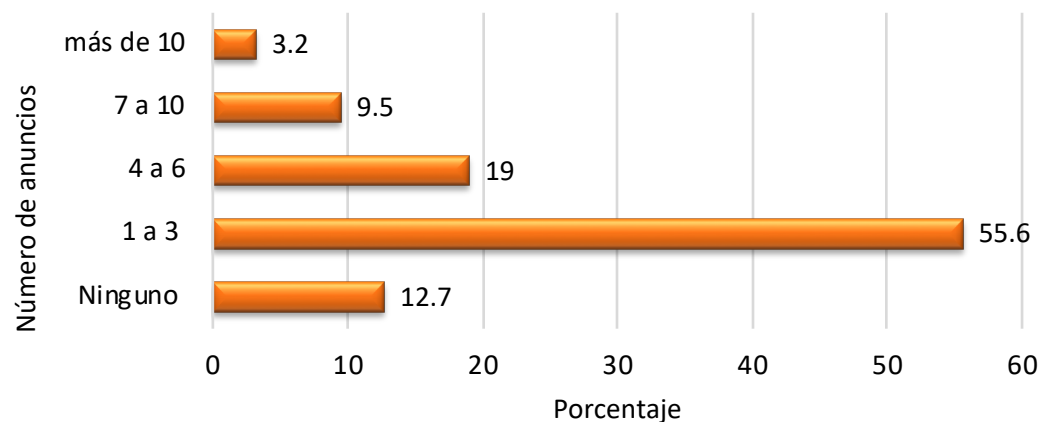
Anuncios generales:

- El 87.3% de los participantes estuvieron expuestos a cualquier tipo de publicidad.
- 74.6% de los participantes estuvieron expuestos a 1-6 anuncios cada día.
- Lo más anunciado fue: tiendas departamentales, autos, escuelas y juegos digitales.

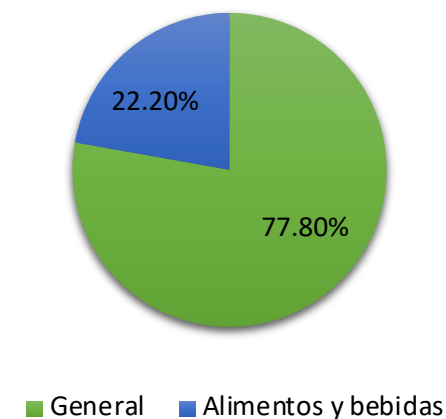
Anuncios de alimentos y bebidas:

- 22% de los participante estuvieron expuestos a 1-2 anuncios de A&B cada día.
- Lo más anunciado fue: lácteos, bebidas azucaradas, chocolates y galletas.

Número de anuncios vistos en la aplicación Aprende en Casa



Tipos de anuncios vistos en la aplicación Aprende en Casa



Resultados: plataforma YouTube

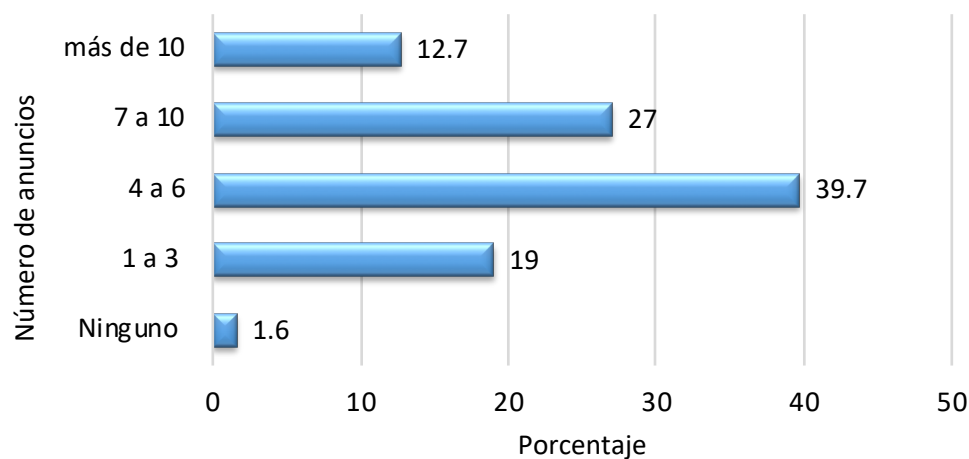
Anuncios generales:

- 98.4% de los participantes estuvo expuesto a anuncios publicitarios. 79.4% a al menos 4 y hasta más de 10 anuncios cada día.
- Lo más anunciado fue: juegos, aplicaciones de envío de comida, ropa y juguetes.

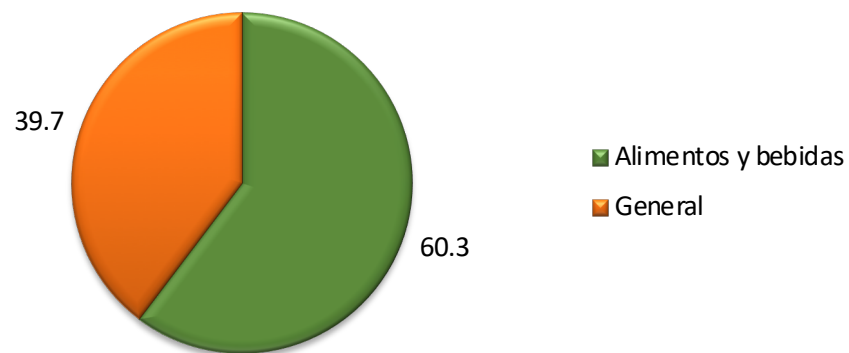
Anuncios de alimentos y bebidas:

- 60.3% de los participantes encontraron anuncios de alimentos y bebidas. Estuvieron expuestos entre 1-6 anuncios cada día.
- Lo más anunciado fue: refrescos, jugos con azúcar, comida rápida, chocolates, leches y helados.

Número de anuncios vistos en la plataforma YouTube



Tipos de anuncios vistos en la plataforma de YouTube



Resultados

- 100% de los participantes estuvieron expuestos a algún tipo de publicidad durante el horario escolar.
- Por cada hora de navegación en las plataformas educativas, los niñas, niños y adolescentes están expuestos a entre 1 a 4 anuncios de alimentos y bebidas de bajo valor nutricional.

80% de los participantes utilizaron un dispositivo celular para realizar el monitoreo en las plataformas educativas Aprende en Casa (app) y YouTube

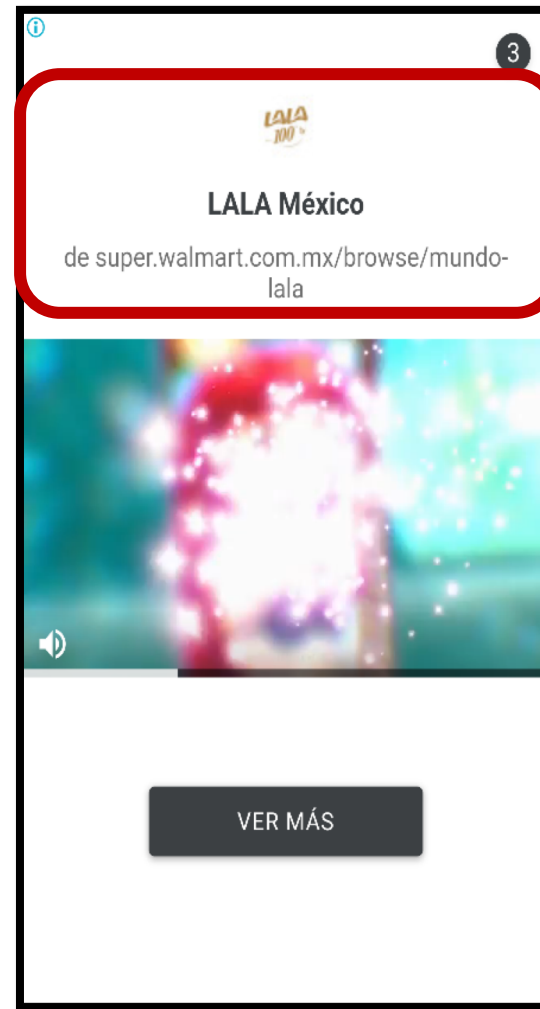
Exposición promedio a la publicidad de alimentos y bebidas por hora de clase					
Horas	1	2	3	4	5
Anuncios	1 a 4	2 a 8	3 a 12	4 a 16	5 a 20



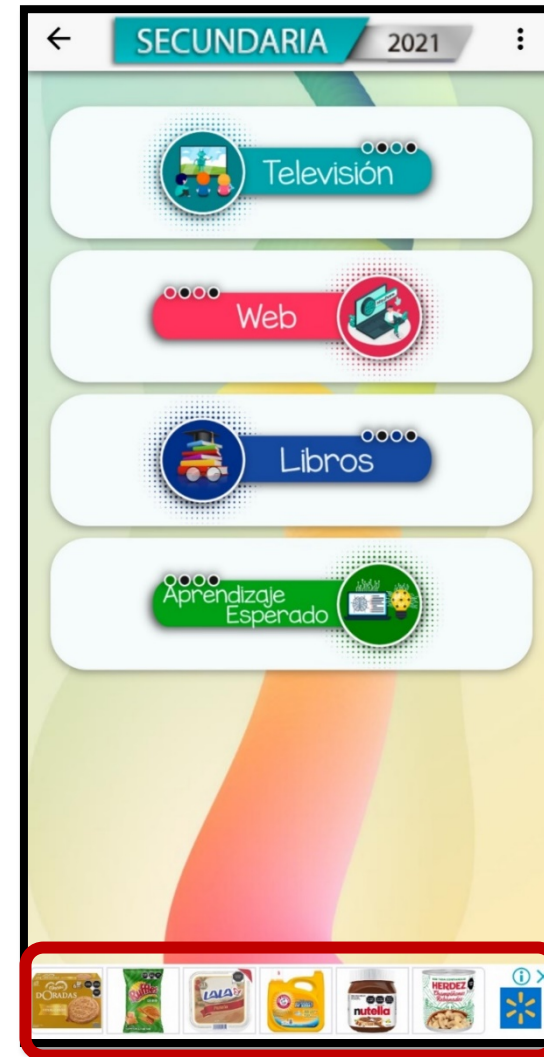
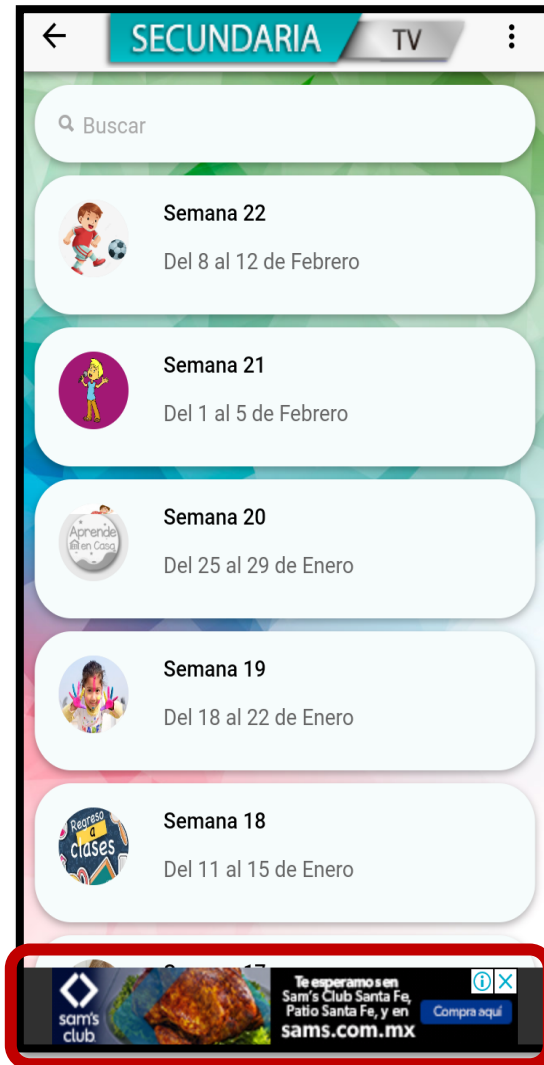
Los infantes pueden estar expuestos hasta 20 anuncios de alimentos y bebidas en un día escolar regular



Anuncios observados en la plataforma Aprende en Casa Diciembre del 2020



Anuncios observados en la aplicación Aprende en Casa Febrero del 2021



Anuncios observados en la plataforma de YouTube Primaria, diciembre del 2020

LENGUA MATERNA

Escribamos una leyenda

PRIMARIA 5°

100 42 Compartir Descargar Guardar

Aprende en Casa SEP SUSCRITO
796,000 suscriptores

Los comentarios están desactivados. [Más información](#)

KFC

COMPRE AHORA

VIDA SALUDABLE

Las enfermedades se previenen con higiene y limpieza

PRIMARIA 1° Y 2°

#AprendeEnCasa II | 1° y 2° Primaria | V. Sal. | Las enfermedades se previen... | 16

19 K vistas · Hace 1 semana

Prueba YouTube Kids Una app solo para niños **ABRIR APP**

219 95 Compartir Descargar Guardar

Aprende en Casa SEP SUSCRIBIRSE
699 K suscriptores

Los comentarios están desactivados. [Más información](#)

\$99 MEDIANA

COMPRE AHORA

#CienciaEnCorto

Aunque la Organización Mundial de la Salud recomienda

7:57 / 30:00

Aprende en Casa II | 4° Primaria | Lengua Materna | Analizando la monografía | 02 de diciembre 2020

19,031 vistas · Se estrenó el 2 dic. 2020

356 125 COMPARTIR GUARDAR

La reproducción del chat está inhabilitada para este estreno.

Somos música **ROCK & RED**

A continuación REPRODUCCIÓN AUTOMÁTICA

Encuentro Emblemático Hablamos de la Educación par... educarchile 175 lo están viendo **EN VIVO**

Todos Videos relacionados Más de Aprende en >

90 Min **CARDIO INTENSO EQUIPO SIN** Entrenamiento HIT intenso para TONIFICAR en casa Chuy Almada 7 1.6 M de vistas · hace 6 meses 29:33

Anuncios observados en la plataforma de YouTube Secundaria, diciembre del 2020

Visitar el sitio del anunciante

Sin sellos
Menos azúcar

Anuncio 1 de 2 · 0:13 · COME BIEN

Nestlé Cereales
Anuncio 54 videos

APRENDE EN CASA 1 DE SECUNDARIA 1° GRADO ESPAÑOL 9 DE FEBRERO MARTES
3856 vistas · hace 2 días

Me gusta No me gusta Compartir Descargar Guardar

RENO MATH
222 K suscriptores

SUSCRIBIRSE

Los comentarios están desactivados. Más información

TE OBSEQUIAMOS \$63 EN TU PRIMERA COMPRA
LA COMPRA DEBE SER SUPERIOR A \$126
DESCARGA la app
Google Play App Store
ENVÍO GRATIS
DESCARGAR

#aprendeencasa #secundaria #renomath

APRENDE EN CASA 3 DE SECUNDARIA 3° GRADO MATEMÁTICAS 15 DE DICIEMBRE...
165 vistas · Hace 2 horas

Me gusta No me gusta Chat en vivo Compartir Descargar Guardar

RENO MATH
216 K suscriptores

SUSCRIBIRSE

Los comentarios están desactivados. Más información

EMPERADOR
¡PARTICIPA PARA GANAR!
PODER & CHISPA
COME BIEN
VER MÁS

Los estudiantes de nivel secundaria no cuentan con una plataforma digital oficial para revisar los contenidos educativos de la Secretaría de Educación Pública. Lo pueden hacer únicamente a través de suscriptores particulares.



Anuncios observados en la plataforma de YouTube Secundaria, febrero del 2021

#aprendeencasa #secundaria #renomath
APRENDE EN CASA 3 DE SECUNDARIA
3° GRADO ESPAÑOL 15 DE DICIEMBRE ...
233 vistas · Hace 4 horas

Me gusta No me gusta Compartir Descargar Guardar

RENO MATH 216 K suscriptores **SUSCRIBIRSE**

Los comentarios están desactivados. [Más información](#)

\$63 de primera compra
Pide a la tienda de abarrotes.
wabiz Descarga la app

Disney+

Visitar el sitio del anunciante

Abrámonos cada día
tenga un sabor especial

Omitir anuncios ▶

Anuncio 1 de 2 · 0:03

Coca-Cola Anuncio www.amazo... **VER MÁS**

#aprendeencasalll #secundaria #renomath
APRENDE EN CASA 1 DE SECUNDARIA
1° GRADO MATEMÁTICAS 9 DE FEBRE...
6224 vistas · hace 2 días

Me gusta No me gusta Compartir Descargar Guardar

RENO MATH 222 K suscriptores **SUSCRITO**

Los comentarios están desactivados. [Más información](#)

Disney+

Visitar el sitio del anunciante

Anuncio 2 de 2 · 0:17

Fanta Anuncio 769 videos

#aprendeencasalll #secundaria #renomath
APRENDE EN CASA 1 DE SECUNDARIA
1° GRADO ESPAÑOL 11 DE FEBRERO ...
4884 vistas · hace 4 días

Me gusta No me gusta Chat en vivo Compartir Des

RENO MATH 223,000 suscriptores **SUSCRIBIRSE**

Los comentarios están desactivados. [Más información](#)

Disney+



Testimonios de los participantes

Primaria y secundaria

Aparecía abajo el icono de Nutella y de galletas, entonces él se sentía atraído, también o me pasó con él lo del jugo, y fuimos ese día precisamente a la tienda y me pidió un juguito... pero si se le quedó a él...porque esa apareció en una clase (Madre de familia, estado de Oaxaca, 2021)

Me di cuenta que la publicidad dependía de los sitios que yo concurría, por ejemplo, de comida o para comprar ropa (Estudiante de secundaria, Estado de México, 2021)

Yo les diría que en temas educativos deben quitar los anuncios para que no fueran una distracción para nosotros (Estudiante de secundaria, estado de Oaxaca, 2021)

Uno no se da cuenta que realmente sí los bombardean y en páginas oficiales como Aprende en Casa en donde se supone que van a estar libremente tomando sus clases y realmente nos damos cuenta que no porque 'los están formando y educando', en realidad también los están haciendo parte de este consumismo (Madre de familia, estado de San Luis Potosí, 2021)

**En los grupos focales de primaria participaron las madres de familia y los niños y las niñas (febrero, 2021)*



Conclusiones

- La pandemia por coronavirus ha cerrado escuelas a nivel nacional y los sitios web educativos son el componente central de la educación. A razón de ello, **hay una mayor exposición a los medios digitales en la que los estudiantes son vulnerados por la exposición publicitaria de alimentos de bajo valor nutricional**, lo anterior puede contribuir al deterioro de hábitos de alimentación y desarrollo de enfermedades.
- **A pesar de ser espacios educativos, la industria alimentaria ha encontrado una oportunidad** para acceder a la infancia y comercializar alimentos no saludables.
- La Secretaría de Educación Pública al no asegurar una plataforma digital exclusiva y oficial para los estudiantes de nivel secundaria y bachillerato, los expone a mayores prácticas publicitarias.
- Los medios digitales educativos deben garantizar el derecho a la salud y alimentación, al prohibir la exposición de los infantes a la promoción de los alimentos no saludables.
- La pandemia por COVID-19 supone una oportunidad única para transformar los espacios educativos a distancia y presenciales en espacios saludables, y así contrarrestar las epidemias de obesidad y diabetes.



Recomendaciones para la autoridad educativa

Para proteger la salud de nuestros infantes y adolescentes el Estado y la Secretaría de Educación Pública deben:

- 1) Restringir toda la publicidad de productos de bajo valor nutrimental en las plataformas y contenidos educativos oficiales.
- 2) Prohibir las diversas prácticas publicitarias dirigidas a los infantes por medio de cualquier contenido oficial educativo, sin importar la plataforma digital y privado que lo replique.
- 3) Garantizar el acceso y contenido educativo en plataformas digitales oficiales de Aprende en Casa para educación secundaria y bachillerato.
- 4) Asegurar impartir contenidos y transmitir mensajes que fomenten hábitos de vida saludable.
- 5) Incorporar contenido en materia de derechos de la infancia a la información, así como las afectaciones del consumismo y la publicidad en la sociedad.





EL PODER DEL CONSUMIDOR

El Poder del Consumidor
www.elpoderdelconsumidor.org
Facebook: /elpoderdelc
Twitter: @elpoderdelc

Métodos desagregados del monitoreo publicitario

1er levantamiento:

Fecha de levantamiento: 12-18 de diciembre 2020

Población objetivo:

- **Primarias publicas:** Estudiantes activos en 5° y 6° grado. Con una edad de entre 9 y 11 años.
- **Secundarias públicas:** Estudiantes activos en 1°, 2° y 3° grado. Con una edad de entre 12-15 años.

Participantes: 7 participantes

- Primaria 2 hombres, Secundaria 2 mujeres y 3 personas adultas*

Diseño y muestra del levantamiento:

- **Tres días efectivos** de levantamiento de información
- **Encuestas efectivas:** 21 cuestionarios
- **Grupo focal:** un grupo con los estudiantes de primaria y secundaria
- **Plataformas:** exploración de la aplicación Aprende en Casa, YouTube y televisión abierta. Se exploraron las materias correspondientes al día y grado en curso.

** Las personas adultas participaron en el levantamiento para dar validez a los instrumentos y los datos obtenidos.*

2do levantamiento:

Fecha de levantamiento: 9-15 de febrero 2021

Población objetivo:

- **Primarias publicas:** Estudiantes activos en 4°, 5° y 6° grado. Con una edad de entre 9 y 11 años.
- **Secundarias públicas:** Estudiantes activos en 1°, 2° y 3° grado. Con una edad de entre 12-15 años.

Participantes: 12 estudiantes

- Primaria 4 hombres y 2 mujeres. Secundaria 2 hombres y 4 mujeres.

Estratificación por regiones del país:

- Noreste: Baja California y Sinaloa
- Centro sur: Ciudad de México, Estado de México
- Centro norte: San Luis Potosí
- Suroeste: Oaxaca

Diseño y muestra del levantamiento:

- **Cinco días efectivos** de levantamiento de información
- **Encuestas efectivas:** 63 cuestionarios
- **Grupo focal:** Dos grupos, uno con madres y estudiantes de primaria y otro con los estudiantes de secundaria.
- **Plataformas:** exploración de la aplicación Aprende en Casa, YouTube y televisión abierta. Se exploraron las materias correspondientes al día y grado en curso.

° Todos los participantes fueron capacitados y cuentan con consentimiento de madres de familia y asentimiento del niño, niña y adolescente.

