

CONSULTA PÚBLICA PROYECTO NORMATIVO SOBRE LAS CARACTERÍSTICAS GRÁFICAS Y COMUNICACIONALES QUE DEBE CUMPLIR EL MENSAJE QUE PROMUEVA HáBITOS DE VIDA SALUDABLE A UTILIZAR EN LA PUBLICIDAD POR MEDIOS MASIVOS DE COMUNICACIÓN, SEGÚN INDICA EL ARTÍCULO 110 bis DEL REGLAMENTO SANITARIO DE LOS ALIMENTOS, DECRETO SUPREMO N° 977/96 DEL MINISTERIO DE SALUD, QUE REGULA LO DISPUESTO EN LA LEY N° 20.606 DE 2012, SOBRE PUBLICIDAD DE LOS ALIMENTOS

La Ley 20.606 Sobre Composición nutricional de los Alimentos y su publicidad, dispone que la publicidad realizada por medios masivos de aquellos alimentos con elevado contenido de nutrientes relacionados con la obesidad y enfermedades no transmisibles, deberá presentar un mensaje que promueva hábitos de vida saludable. El Decreto Supremo N° 977 de 1996, define los límites para energía, sodio, azúcares y grasas saturadas. Cuando un producto alimenticio supere estos límites se encontrará afecto a las disposiciones especiales sobre etiquetado y publicidad establecidas en el mismo reglamento. Según lo señalado en el artículo 110 bis del reglamento mencionado, los alimentos afectos a las disposiciones especiales sobre publicidad, deberán incluir un mensaje que promueva hábitos de vida saludable cuando realice publicidad por medios masivos de comunicación. Las características de dicho mensaje serán establecidas por decreto supremo del Ministerio de Salud, dictado “por orden del Presidente de la República”.

En esta consulta pública se presenta el proyecto normativo sobre las características gráficas y comunicacionales que debe cumplir el Mensaje que promueva hábitos de vida saludable a utilizar en la publicidad por medios masivos de comunicación

DECRETO

ARTÍCULO 1º.- ESTABLÉCESE las disposiciones de aplicación y normas gráficas del mensaje que promueva hábitos de vida saludable, en la forma que a continuación se indica:

- 1) Los alimentos o productos alimenticios deberán incluir en su publicidad efectuada en medios de comunicación masivos, un mensaje que promueva hábitos de vida saludable, en adelante el Mensaje, cuando se les haya adicionado sodio, azúcares y grasas saturadas, y su contenido supere el valor establecido en el artículo 120bis del Decreto Supremo N° 977 de 1996 para dichos nutrientes, o cuando superen los niveles establecidos para calorías y se les haya adicionado azúcares o grasas saturadas.
- 2) Se entenderá por medios de comunicación masiva, todos aquellos medios a través de los cuales se dirigen ideas o mensajes a un colectivo o grupo social, definido en función de características atribuidas a un público, audiencia, consumidores o receptores particulares. Para efectos del alcance de este reglamento, estos medios de comunicación: televisión, radio, prensa, aquellos medios dispuestos en la vía pública e internet.
- 3) Se entenderá por publicidad a toda forma de promoción, comunicación, recomendación, propaganda, información o acción destinada a promover el consumo de un determinado producto.
- 4) El texto del Mensaje deberá ser el siguiente: “Prefiera Alimentos con menos sellos de advertencia”, seguido por “Ministerio de Salud, Gobierno de Chile”.
- 5) Las características gráficas del Mensaje serán las siguientes:
 - a) La base para la construcción de todos los elementos que componen el Mensaje y su disposición gráfica, estará constituida según la unidad de medida “a”, utilizada en cada uno de los diagramas contenidos en este decreto.
 - b) El Mensaje se presentará en una franja con el logotipo del Ministerio de Salud y la frase del Mensaje.
 - c) El logotipo del Ministerio de Salud y su complemento están contruidos a partir de módulos que subdividen la totalidad de los mismos en partes iguales, estableciendo relaciones proporcionales a partir de la unidad de medida “a”. El complemento irá acompañado de la firma “Ministerio de Salud” en tipografía gobCL Bold. La aplicación del complemento y la firma debe respetar la proporcionalidad contruida a partir de la medida “a” descrita en el diagrama 1.
 - d) La tipografía del Mensaje es Arial, específicamente en su variante Bold. En los casos en que corresponda indicar la firma del Ministerio con el texto: “Ministerio de Salud”, ésta será aplicada en gobCL Bold. El uso mínimo de tamaño de la tipografía será de 7pt, según el diagrama 2.
 - e) El logotipo del Ministerio de Salud siempre irá dispuesto a la izquierda de la franja negra del anuncio. La reducción mínima del logotipo del

Ministerio de Salud es de 3,5 cm de ancho y 3,2 cm de alto, de acuerdo a lo establecido por el Manual de Normas Gráficas del Gobierno de Chile en su versión vigente. Cuando la franja sea menor a las medidas mínimas establecidas para el logotipo, se deberá utilizar el complemento de éste, el cual será presentado bajo la firma “Ministerio de Salud”, según se indica en la franja A del diagrama 3.

- f) El Mensaje se encontrará dispuesto en 1 o más líneas según el ancho del anuncio, centrado tanto vertical como horizontalmente en relación a la franja negra. Cuando el Mensaje esté dispuesto en 2 o más líneas y esté acompañado del logotipo deberá alinearse a la derecha de la franja, según la figura A del diagrama 3. En cambio, cuando el mensaje se encuentre acompañado del complemento del logotipo, deberá ir alineado al centro de la franja, según la figura B del diagrama 3.
- g) El logotipo del Ministerio de Salud deberá presentarse en los colores establecidos por el Manual de Normas Gráficas del Gobierno de Chile excepto en el caso de anuncios impresos en blanco y negro, caso en que deberá presentarse en versión pluma negativo en color blanco, según el diagrama 4.

6) Las medidas y tiempos de presentación del Mensaje según el medio de comunicación en el cual se presente, deberán ser los siguientes:

a) En el caso de la radio u otro formato de publicidad auditiva el Mensaje debe incluirse al final de la publicidad y utilizar 6 segundos del total del tiempo del aviso. La frase a incluir es la siguiente: “Prefiera Alimentos con menos sellos de advertencia”, seguida por “Ministerio de Salud, Gobierno de Chile”.

b) En los anuncios en prensa en que el alto, denominado con la letra “h” en el diagrama 5, sea igual o menor que el ancho del aviso, denominado con la letra “w” en el diagrama 5, se deberá usar una disposición vertical, tal como muestra el diagrama 5. En este caso cuando la extensión del Mensaje sobrepase el ancho de la franja negra, éste deberá disponerse en 2 o más líneas con el fin de que texto se ajuste a las dimensiones de la franja correspondiente. Cada una de estas líneas tendrá el tamaño de 4 veces la dimensión “a” y estarán centradas verticalmente al ancho de la franja con su espaciado correspondiente, correspondiente a la medida de media “a”. La franja con el Mensaje no aplica a los anuncios de dimensiones menores a 4 cm de alto y 4,5 cm de ancho.

c) En los anuncios en prensa en que el ancho (w) sea menor en relación al alto (h) del aviso, de tal modo que sus proporciones no permitan el uso del logotipo del Ministerio de Salud, se deberá sustituir a dicho logotipo por su complemento. En este caso la franja negra deberá estar dispuesta en la parte inferior del aviso publicitario y el mensaje que promueva hábitos de vida saludable deberá centrarse tanto vertical como horizontalmente en relación a la franja negra. La frase deberá medir 4 dimensiones de “a” de alto, y de no calzar con el ancho de la franja negra deberá presentarse en 2 o 3 líneas. Bajo el mensaje de hábitos saludables se dispondrá la firma “Ministerio de Salud” y bajo ésta el complemento, cuyo alto deberá ocupar 4 dimensiones de “a” de altura de la franja negra y 22 dimensiones de “a” de ancho, como muestra el diagrama 6.

d) En los anuncios en prensa en que el ancho (w) sea mayor que el alto (h) del mismo, la franja de color negro se ubicará en la sección

inferior del ancho del aviso y utilizará el 12% del alto del anuncio. El alto mínimo de la franja negra deberá respetar la reducción mínima del logotipo del Ministerio de Salud, correspondiente a 3,8 centímetros. En aquellos casos en que el Mensaje exceda el ancho de la franja negra, éste deberá presentarse en 2 o más líneas centradas verticalmente en relación al ancho de la franja negra y alineadas a la izquierda, como muestra el diagrama 7.

e) En los anuncios en prensa en que el ancho (w) sea mayor que el alto (h) del mismo y sus proporciones no permitan el uso del logotipo del Ministerio de Salud, se sustituirá a este último por su complemento. En este tipo de anuncios la franja negra deberá ir dispuesta al costado derecho del aviso publicitario y el Mensaje se presentará centrado tanto vertical como horizontalmente en relación a la franja negra. Bajo el Mensaje se dispondrá la firma “Ministerio de Salud” y bajo ésta el complemento. El alto mínimo de la franja negra será la que permita tener un espaciado de correspondiente a una medida “a” hacia el borde superior de la franja y hacia la firma en el borde inferior “Ministerio de Salud”. El alto del complemento del logotipo del Ministerio de Salud deberá respetar la siguiente proporción 4 medidas de “a” de alto y 22 medidas de “a” de ancho. En caso de que la caja del texto sobrepase el margen de “a”, se deberá ajustar la distancia entre caracteres en un rango de -20pt a 20pt, según lo indicado en el diagrama 8.

f) La aplicación del Mensaje será obligatoria para las siguientes formas de publicidad en televisión: spot, entendidas como tandas y comerciales insertos dentro de los programas o que formen parte de los mismos; cápsulas; mención comercial y cortina. La aplicación de esta norma también rige para anuncios creados para otros soportes y exhibidos por medio de pantallas.

Para asegurar la legibilidad del Mensaje en la pantalla se deberá disponer al Mensaje de tal modo, que cuente con un margen de seguridad de un 5%. En caso de que la pieza publicitaria audiovisual presente franjas negras, también denominadas “letter box”, éstas podrán ser utilizadas por la franja del Mensaje siempre que se ajusten a la proporción requerida para el mismo, es decir al 12% del cuadro. Dentro de la franja debe presentarse el logotipo del Ministerio de Salud y el mensaje que promueva hábitos de vida saludable, en tipografía Arial Bold centrada tanto vertical como horizontalmente, según el diagrama 9. El Mensaje deberá estar presente durante todo el tiempo de exposición del aviso en la pantalla.

g) En los anuncios de gran formato, en que su alto (h) sea igual o mayor que el ancho (w) del anuncio, la franja de color negro deberá ser ubicada en la parte inferior del aviso y su altura comprenderá el 12% del alto del anuncio. Cuando la extensión del Mensaje exceda el ancho de la franja negra, éste deberá presentarse en 2 o más líneas, centradas verticalmente al ancho de la franja negra y alineadas a la derecha, según el diagrama 10.

h) En los anuncios de gran formato, cuyo ancho (w) sea mayor que el alto (h) del anuncio, la franja de color negro se ubicará en la parte lateral derecha del aviso y el ancho de la misma corresponderá al 12% del ancho del anuncio. El ancho mínimo de la franja negra estará determinado por la mínima reducción del logotipo del Ministerio de Salud. Cuando la extensión del Mensaje exceda el ancho de la franja negra, éste deberá presentarse en 2 o más líneas centradas

verticalmente en relación al ancho de la franja negra y alineadas a la derecha. En caso de que la caja del texto sobrepase el margen de “a” se deberá ajustar la distancia entre caracteres a un rango de medida de 20pt a 20pt., como muestra el diagrama 11.

i) Los anuncios realizados en las diferentes plataformas de internet deberán respetar los parámetros estipulados para anuncios de prensa horizontales y verticales, en sus proporciones, medidas y presencia del logotipo del Ministerio de Salud o su complemento, según corresponda. En este tipo de anuncios la franja con el mensaje de hábitos saludables, deberá estar presente durante toda la animación del banner, tal como muestra el diagrama 12.

j) En el caso de los anuncios pagados y no pagados de Facebook y Twitter, el Mensaje utilizará un quinto de la malla predefinida por el medio de comunicación y deberá ubicarse en la parte superior derecha de la misma. El texto del mensaje deberá disponerse en 3 líneas centradas, la firma “Ministerio de Salud” deberá presentarse igualmente centrada, y bajo ella se dispondrá en orden descendente, un espaciado, seguido del complemento del logotipo del Ministerio de Salud. La frase del mensaje de hábitos saludables deberá presentarse en mayúscula Arial Bold y la firma en gobCL Bold, tal como muestra el diagrama 13.

Diagrama 1. Logotipo del Ministerio de Salud y su complemento

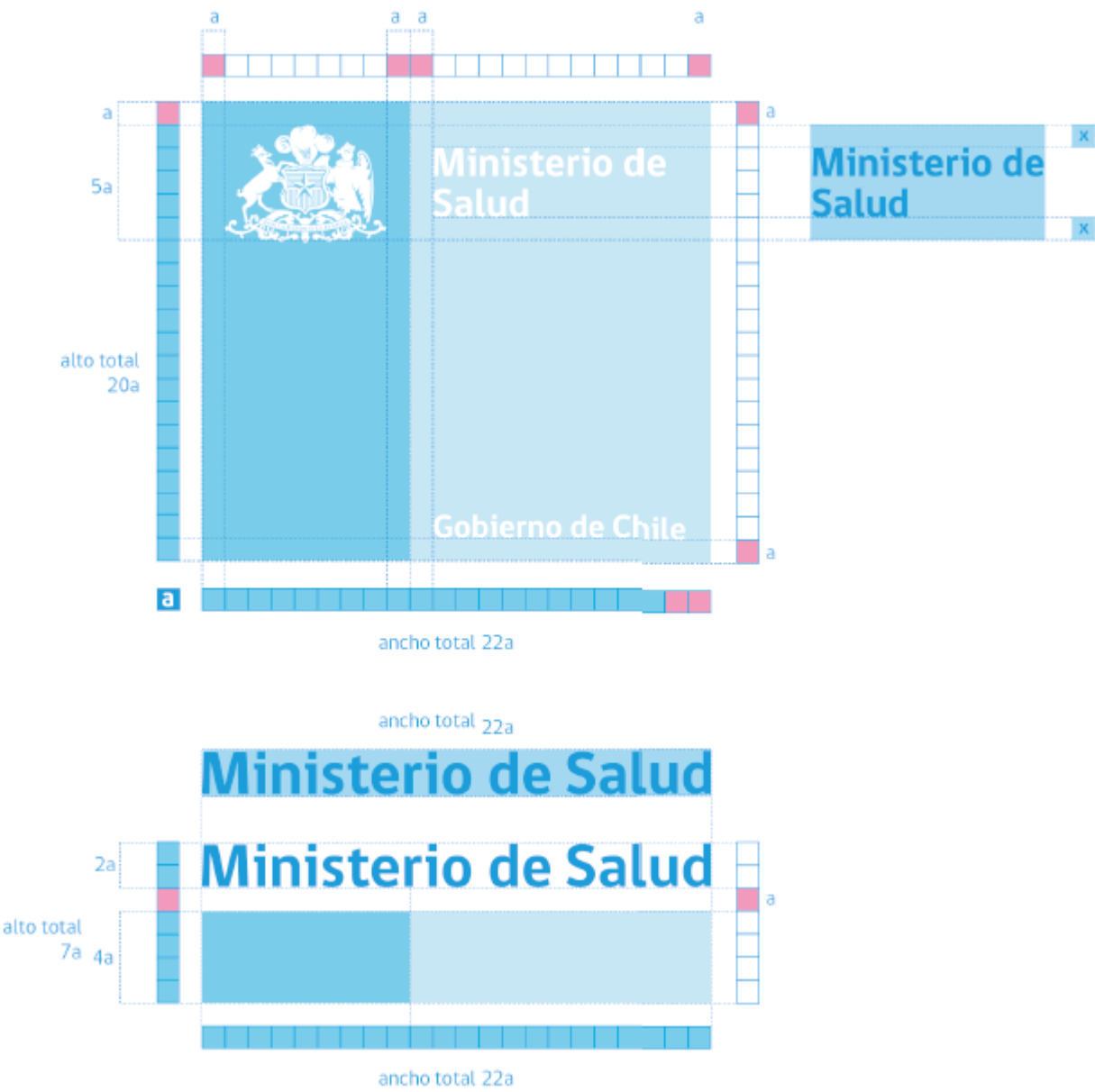


Diagrama 2. Tipografía

Arial Bold:

ABCDEFGHIJKLMN
ÑOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmn
ñopqrstuvwxyz
1234567890

gobCL Bold:

ABCDEFGHIJKLMN
ÑOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmn
ñopqrstuvwxyz
1234567890

Diagrama 3. Construcción de la franja A y B

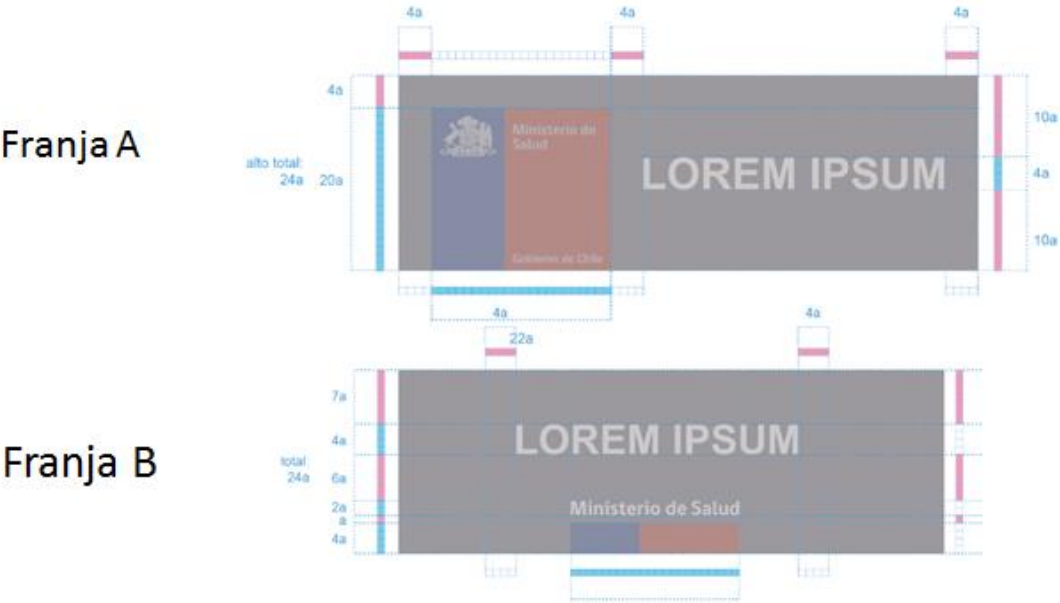


Diagrama 4. Uso del logotipo del Ministerio de Salud



Diagrama 5. Anuncio en prensa vertical con logotipo

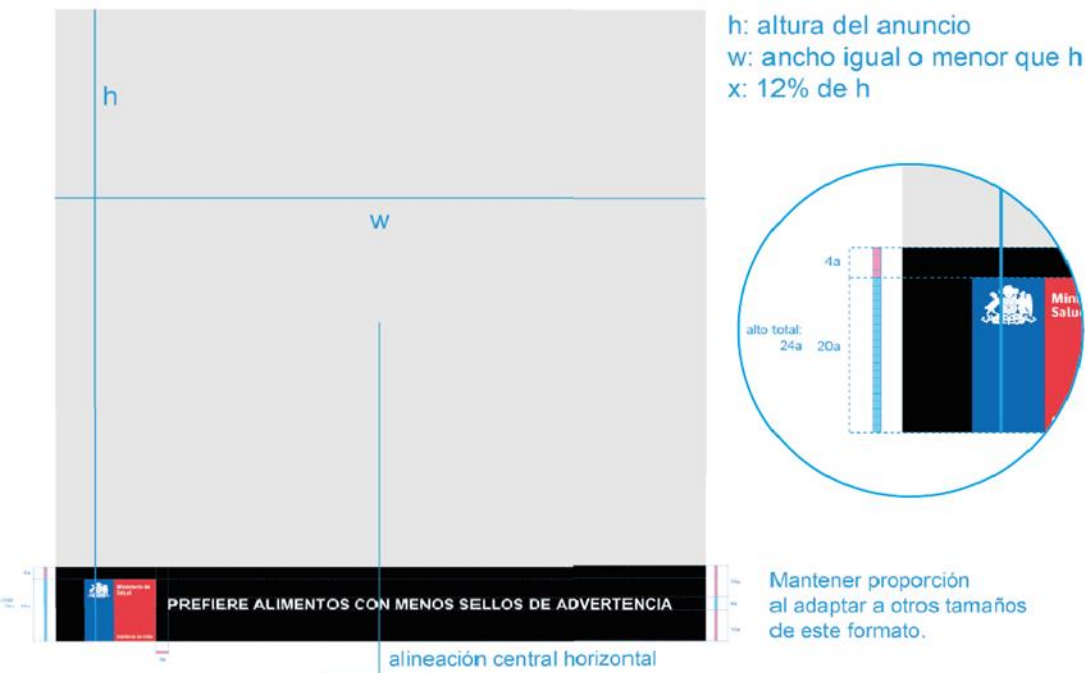


Diagrama 6. Anuncio en prensa vertical sin logotipo

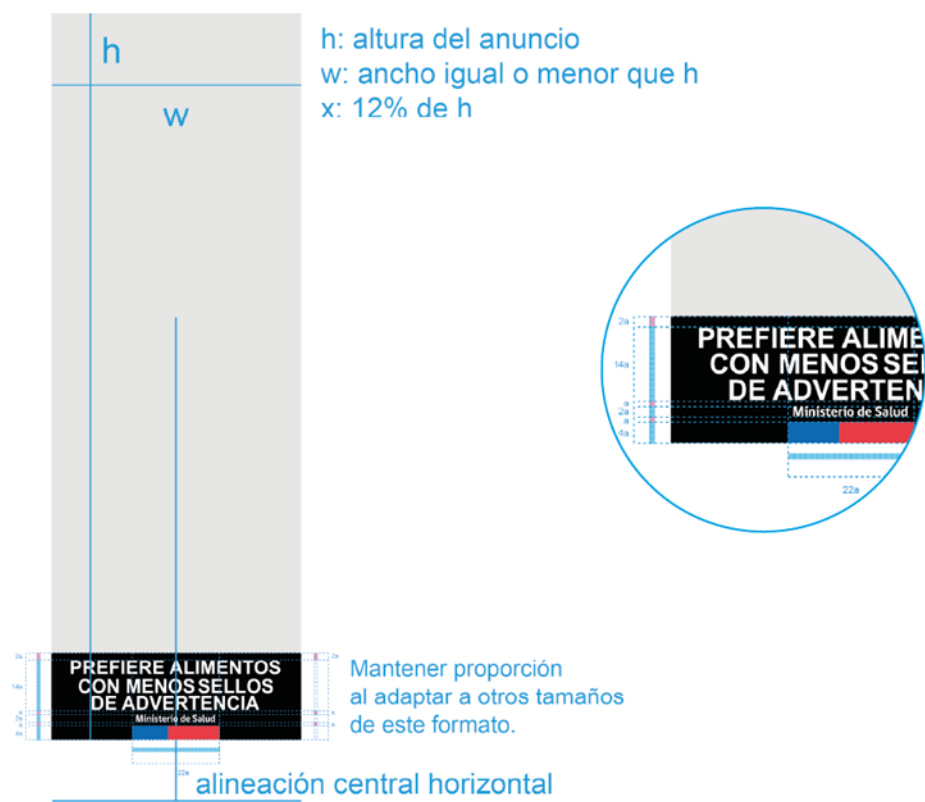


Diagrama 7. Anuncio en prensa horizontal con logotipo

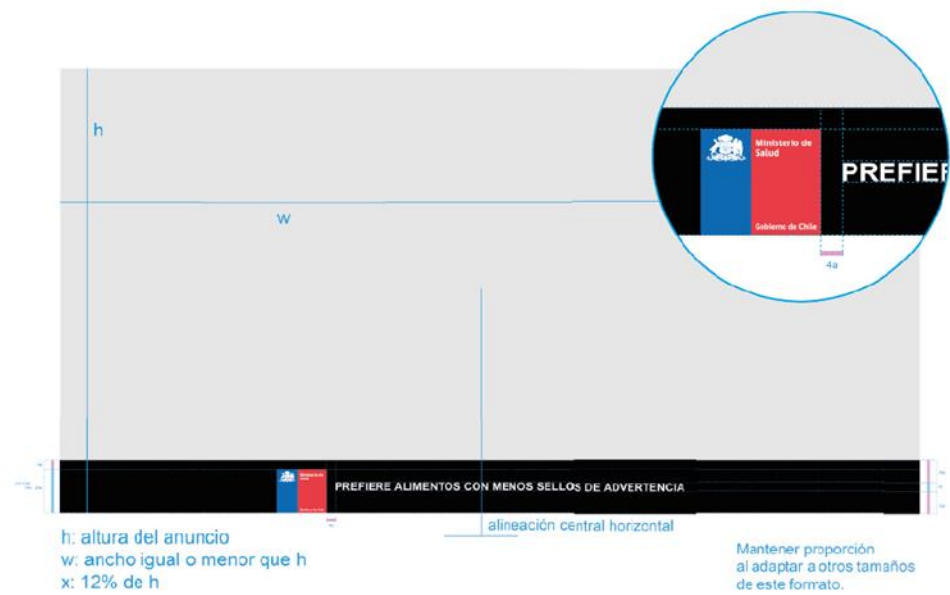


Diagrama 8. Anuncio en prensa horizontal sin logotipo



Diagrama 9. Anuncios en televisión

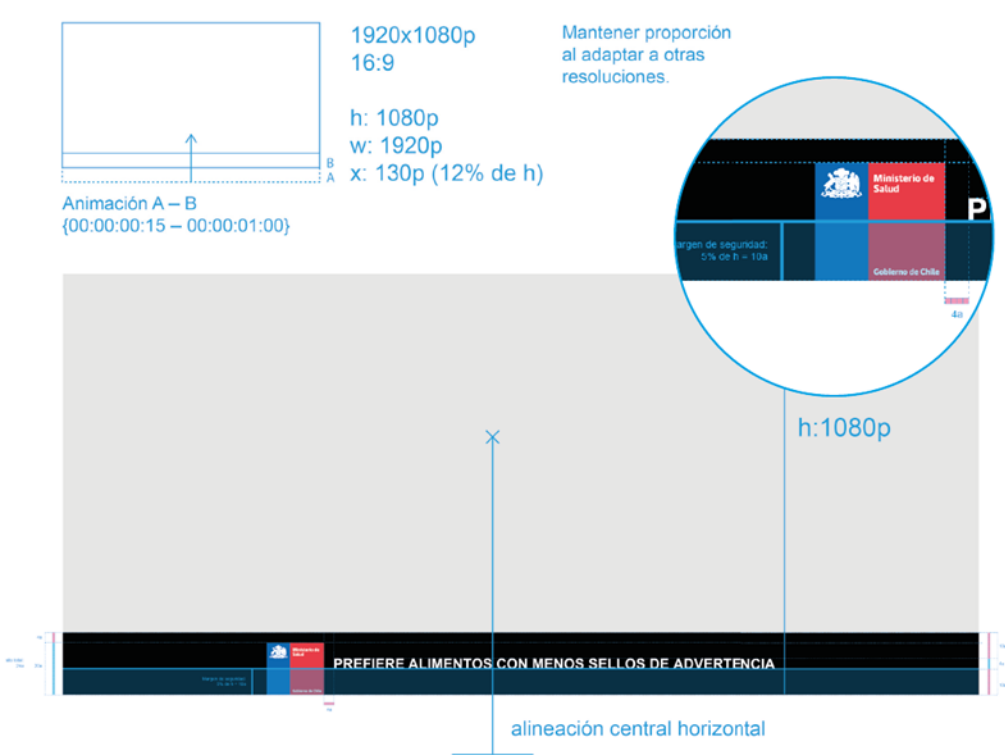


Diagrama 10. Anuncios verticales de gran formato

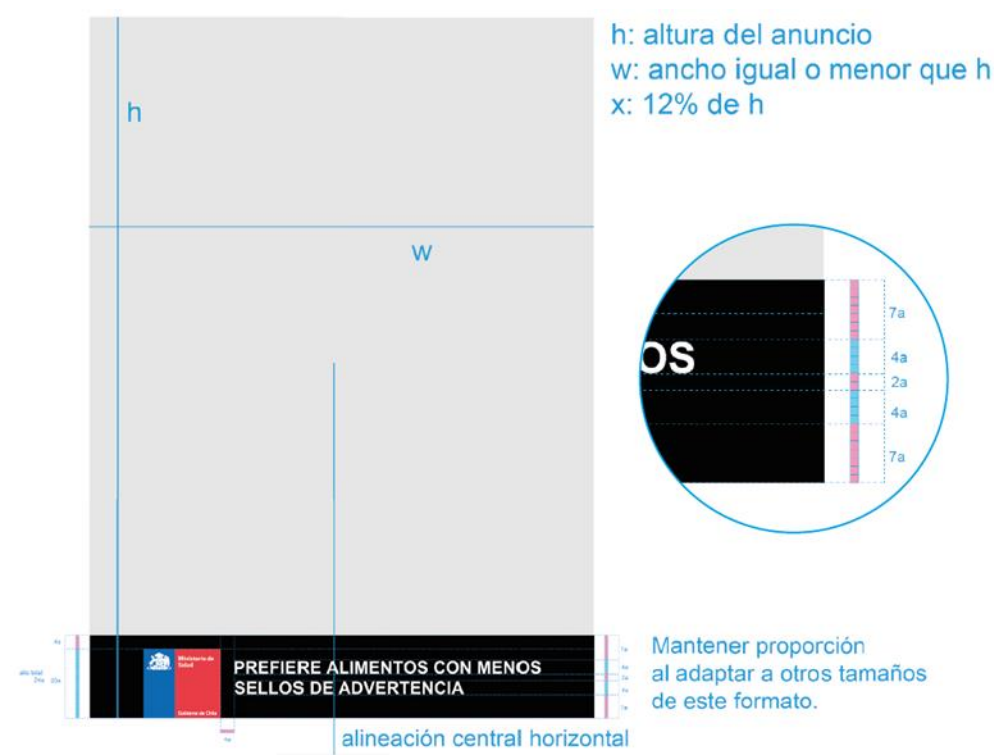


Diagrama 11. Anuncios horizontales de gran formato

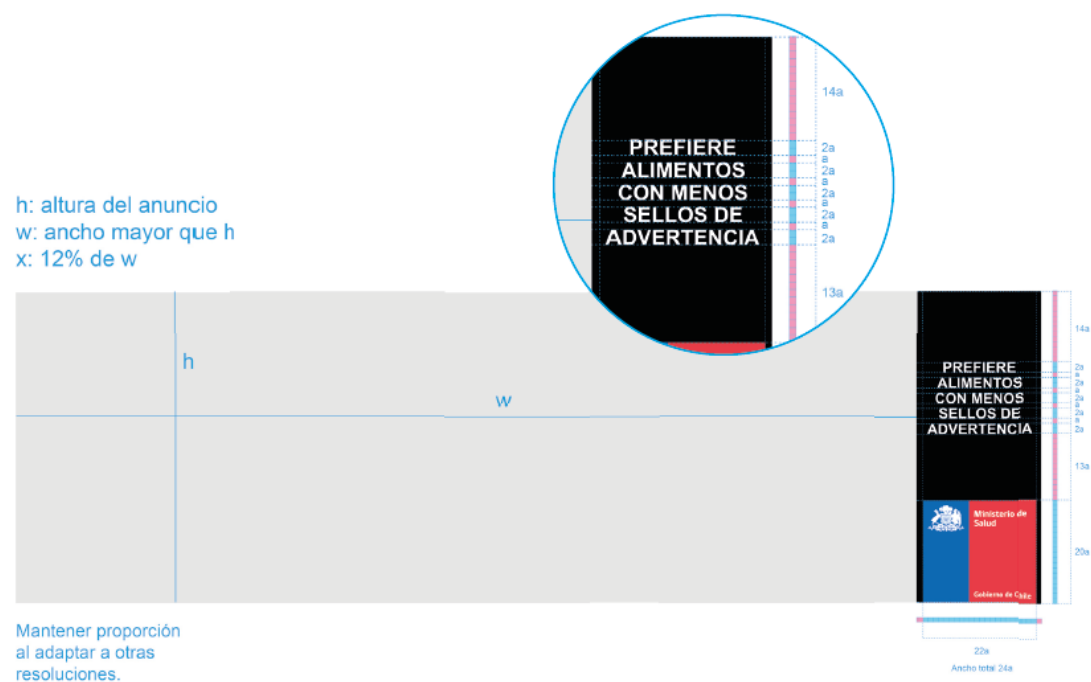


Diagrama 12. Anuncios en internet

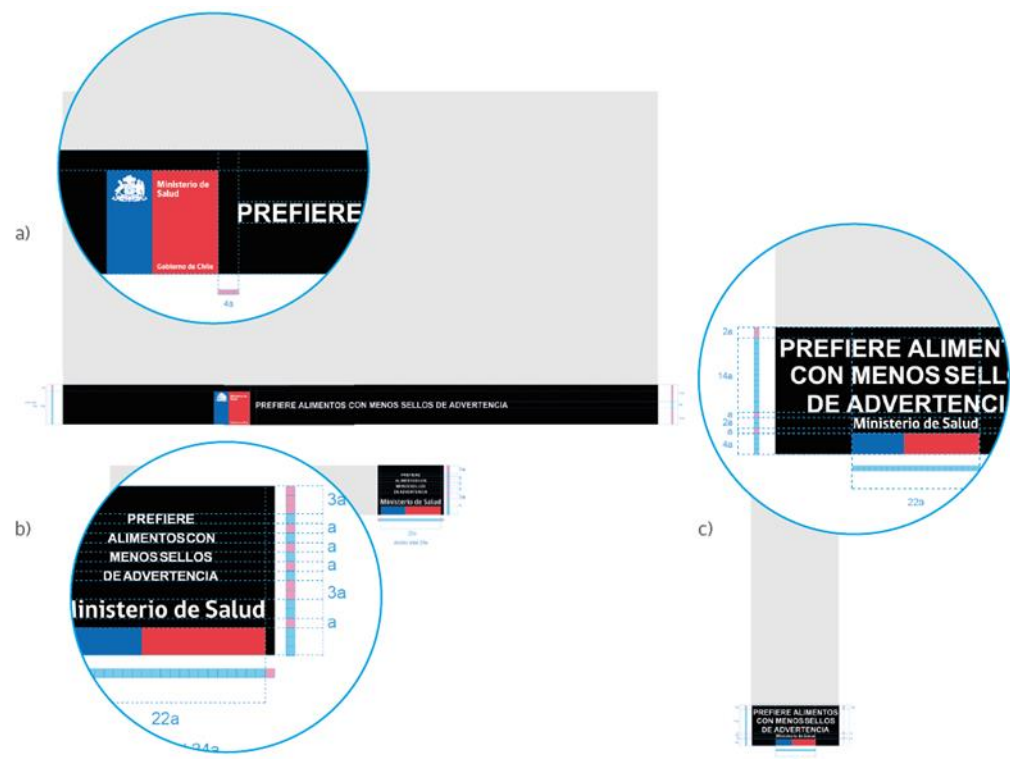


Diagrama 13. Anuncios en redes sociales

