

Salen de la TV 10 mil comerciales de comida chatarra

Multará Cofepris a los incumplidos

La Comisión inició el monitoreo de los canales de TV pública y de paga para evitar la transmisión de publicidad en los horarios infantiles

GABRIELA RIVERA

La Comisión Federal para la Protección contra Riesgos Sanitarios (Cofepris) aplicará multas de más de un millón de pesos por cada anuncio publicitario de refrescos, botanas, confitería y chocolates que se transmita por televisión durante el horario infantil o se proyecte antes de una película para niños.

Desde este martes, los comerciales de alimentos chatarra no podrán publicitarse en los programas dirigidos a menores de edad, en un horario de 14:30 a 19:30 horas de lunes a viernes y los fines de semana de 7:00 a 19:00 horas. Tampoco se permitirán estos anuncios en los cortes comerciales que se transmiten en los cines, previo a las películas aptas para todo público.

Mikel Arriola, titular de la Comisión Federal para la Protección contra Riesgos Sanitarios (Cofepris), explicó que la dependencia ya cuenta con un esquema de revisión y monitoreo de todos los canales de televisión pública y de paga, con el que podrán monitorear los comerciales que se transmiten en todos los horarios.

Este monitoreo se realiza desde 2012, cuando se aprobó la reforma al Reglamento a la Ley

General de Salud en materia de publicidad para prohibir los comerciales de productos milagro en televisión.

En conferencia de prensa para presentar las Medidas Regulatorias de la Estrategia Nacional para la Prevención y Control del Sobrepeso, la Obesidad y la Diabetes, Arriola recordó que esta reforma permite a la Cofepris solicitar a la televisora el retiro del anuncio en un lapso de 24 horas, así como aplicar las multas correspondientes a quienes incumplan con lo establecido en el reglamento.

Con la restricción saldrán del aire 10 mil 233 pautas comerciales, lo cual equivale a la eliminación de 55 de las 139 horas de comerciales de comida chatarra que ven los niños cada año.

Sin embargo, los lineamientos no consideraron los periodos vacacionales, por lo que las restricciones se mantendrán en el mismo horario de lunes a viernes. El comisionado indicó que, de acuerdo con información proporcionada por la Secretaría de Educación Pública, los niños reducen el tiempo que ven televisión durante las vacaciones.

En el caso del cine, Arriola señaló que la industria debe entregar un re-

porte de los comerciales que se proyectan antes de las películas clasificadas AA y A, "pero esto no nos quita la facultad de enviar verificadores".

Para esta acción, dijo, cuentan con dos mil 500 personas que visitarán los establecimientos para asegurar que se cumpla la medida, misma que también tiene el propósito de desalentar el consumo de refrescos, chocolates y botanas dentro del cine.

ALISTAN OTRAS MEDIDAS

Además de la publicidad, la Secretaría de Salud alista la publicación de los lineamientos para la preparación y venta de alimentos y bebidas dentro de las escuelas, que estarán listos en agosto próximo, cuando inicie el ciclo escolar.

Mientras tanto, la Cofepris continúa con el análisis de 77 productos que solicitaron el distintivo nutrimental, el cual establece que dicho alimento cumple con los estándares nutricionales. Hasta ahora, la dependencia ha entregado siete sellos a productos Liconsa y negó 11 a leches con chocolate, galletas, botanas y helados, por tener un contenido calórico mayor al especificado. ☺



Fecha 16.07.2014	Sección Nación	Página 14
---------------------	-------------------	--------------



FOTO: ESPECIAL