

# Etiquetado frontal: la Anmat prohibió publicitar comida para niños con sellos precautorios

30 agosto, 2022



Para los productos con al menos un sello que estén destinados especialmente a niños, niñas y adolescentes, la Administración Nacional de Medicamentos, Alimentos y Tecnología Médica (ANMAT) prohibió todo tipo de publicidad, promoción y/o patrocinio.

La Administración Nacional de Medicamentos, Alimentos y Tecnología Médica (Anmat) dispuso la prohibición de toda publicidad, promoción y/o patrocinio de alimentos y bebidas envasados dirigidos a niños, niñas y adolescentes que contengan al menos un sello de advertencia o leyendas precautorias sobre edulcorantes y/o cafeína, en el marco de la implementación de la Ley de Promoción de la Alimentación Saludable, conocida como ley de etiquetado frontal.

Por medio de la disposición 6924/2022, publicada este martes en el Boletín Oficial, se formalizó la regulación de “toda publicidad, promoción y/o patrocinio dirigida al público y difundida en medios masivos tradicionales y digitales de alimentos y bebidas analcohólicas envasados que contengan al menos un sello de advertencia (incluyendo en éstos las leyendas precautorias sobre edulcorantes y/o cafeína), sean nacionales o importados”.

Para los productos con al menos un sello que estén destinados especialmente a niños, niñas y adolescentes, la Anmat prohibió todo tipo de publicidad, promoción y/o patrocinio.

**En cambio, para el resto de los alimentos y bebidas dirigidos al público general, la autoridad regulatoria dispuso que la publicidad, promoción y/o patrocinio debe tender al “consumo adecuado del producto, presentando sus propiedades objetivamente sin engaños o equívocos, brindando información veraz, precisa y clara”.**



También, se establece que las publicidades deben incluir la denominación de venta y el nombre comercial del producto, al tiempo que tienen que incorporar en su totalidad los sellos de advertencia y/o leyendas precautorias que correspondan.

**En las publicidades en los medios gráficos tradicionales y digitales, los sellos negros de advertencia deberán insertarse de forma tal que permita su fácil lectura y que contraste con el fondo del anuncio.**

En tanto, en la vía pública deberán guardar una relación de tamaño acorde con el utilizado en la gráfica, siendo claramente perceptibles, mientras que en medios radiales deberán locutarse con un ritmo y velocidad que permita su fácil comprensión.

Entre los considerandos, la disposición recordó que la Ley N° 27.642 de Promoción de la Alimentación Saludable tiene por

objeto “garantizar el derecho a la salud y a una alimentación adecuada de la población, a través de la promoción de una alimentación saludable, brindando información nutricional simple y comprensible de los alimentos envasados y bebidas analcohólicas”.

En este sentido, se precisó en el texto que la Ley “regula la publicidad, promoción y/o patrocinio de productos alimenticios envasados y bebidas analcohólicas que contengan al menos un sello de advertencia” y que la Anmat es la autoridad de aplicación que dictará las normas reglamentarias que resulten necesarias para su implementación.

En el anexo de la disposición también se detalla que **los productos con algún mensaje de advertencia no podrán incluir en sus anuncios personajes infantiles, animaciones, dibujos animados, celebridades, deportistas, mascotas, o la entrega o promesa de entrega de regalos y premios.**



Las publicidades no deberán incluir “mensajes relacionados con aprobaciones o recomendaciones de expertos, asociaciones médicas, científicas o similares”, se indicó en el texto. Tampoco se podrá “resaltar declaraciones nutricionales complementarias que destaquen cualidades positivas y/o nutritivas de los productos en cuestión a fin de no promover la confusión respecto de los aportes nutricionales”.

A su vez, **las publicidades no deberán incluir “mensajes relacionados con aprobaciones o recomendaciones de expertos, asociaciones médicas, científicas o similares”,** se indicó en el texto.

En el artículo 6, se aclara que todos los anuncios de productos con sellos de advertencia tendrán que adecuar su contenido una vez ajustados los rótulos conforme a los plazos previstos en el cronograma de la reglamentación de la Ley.

Las infracciones a la nueva disposición harán pasible al

titular del producto publicitado y a quien esté a cargo de la dirección técnica de las sanciones previstas por la Anmat.

*Fuente: Télam*