

Carece de facultad para sancionarlas

Leyes de publicidad infantil son “laxas y miopes”: Ifetel

Yanira Franco/**México**

Adriana Labardini, comisionada del Instituto Federal de Telecomunicaciones (Ifetel), señaló la grave omisión legislativa en la nueva ley por dejar sin facultad para sancionar a quienes infrinjan las reglas “laxas y miopes” en la publicidad dirigida a niños y adolescentes.

“En la Ley Federal de Telecomunicaciones no se establecieron sanciones concretas por las infracciones en esta materia, hay sanciones por otras infracciones en materia de contenidos, pero no por infringir las disposiciones en materia de protección a la infancia”.

Sin embargo, la comisionada de Ifetel añadió que el órgano tiene la facultad de dictar medidas cautelares para suspender una publicidad en la que hay ele-

mentos para decir que se están comprometiendo los derechos de los menores.

Por otro lado, la ley federal en telecomunicaciones “atomizó” las facultades en otras dependencias, una de ellas es la Secretaría de Gobernación, que sancionará a aquellos anuncios que infrinjan las disposiciones que en materia de salud se dicten.

Finalmente, Labardini hizo un llamado a la ciudadanía porque “este es un rol que compete a todos, al Estado mexicano, compuesto por gobierno y sociedad, así como a los proveedores de bienes y servicios, los anunciantes y los medios de comunicación”.

La comisionada acudió a la convocatoria de Alianza por la Salud Alimentaria en Casa Lam, donde se presentó el documento *Publicidad de alimentos y bebidas dirigida a la infancia:*



Adriana Labardini.

estrategias de la industria, con la participación de Juan Martín Pérez, director de la Red por los Derechos de la Infancia en México; Fernando Quintero, especialista en análisis de comunicación y publicidad del Berkeley Media Studies Group; Katia García, académica especialista en nutrición y salud alimentaria y Alejandro Calvillo, director de El Poder del Consumidor. M