

Las televisiones se adhieren al Código PAOS de FIAB aplicado por AUTOCONTROL

El pasado 7 de septiembre, en presencia de la Ministra de Sanidad y Política Social, Trinidad Jiménez, se firmó un Acuerdo entre las cadenas de Televisión agrupadas en FORTA (Federación de Organismos de Radio y Televisión Autonómicos) y en UTECA (Unión de Televisiones Comerciales Asociadas), con la Agencia Española de Seguridad Alimentaria y Nutrición (AESAN), en representación del Ministerio de Sanidad y Política Social, la Federación de Industrias de Alimentación y Bebidas (FIAB) y por AUTOCONTROL.

A través de este Acuerdo, las cadenas de televisión asumen el compromiso de colaborar en la aplicación del “Código de Autorregulación de la Publicidad de Alimentos dirigida a menores, prevención de la obesidad y salud” (Código PAOS de FIAB) suscrito en 2005 entre el Ministerio de Sanidad (Agencia Española de Seguridad Alimentaria y Nutrición), la industria alimentaria (FIAB) y AUTOCONTROL.

Mediante este Código se regulaba la publicidad y el marketing en televisión de los alimentos y bebidas dirigidos a menores de hasta 12 años, las franjas horarias de emisión, el modo de presentación de los productos y la promoción de los mismos. Así, desde su entrada en vigor, el 15 de septiembre de 2005, las empresas adheridas al Código han solicitado más de 1.500 consultas previas a AUTOCONTROL.

Al sumarse las cadenas televisivas al Código PAOS (excepto TVE, que ha dejado de contratar publicidad al cesar sus emisiones publicitarias el próximo 1 de enero), las normas éticas de este Código se aplicarán a todos los anuncios de los productos anunciados que se emitan en las televisiones firmantes.

Para asegurar que todos los anuncios dirigidos a menores de hasta 12 años cumplan el Código, si el anunciante no hubiera pedido consulta previa a AUTOCONTROL, será el operador de televisión quien lo haga. AUTOCONTROL revisará el anuncio y verificará su compatibilidad con las reglas del Código. Asimismo, y en virtud del Convenio, el operador de televisión se compromete a cumplir con las resoluciones que emita el Jurado de la Publicidad de AUTOCONTROL.

Tal y como señaló Juan Astorqui, Presidente de AUTOCONTROL, durante la firma del Acuerdo, “La adhesión al Código PAOS por parte de las cadenas de TV, refuerza significativamente este Código y el compromiso, de la industria alimentaria española representada por FIAB, de contribuir activamente desde el sector publicitario en este complejo reto colectivo de la prevención de la obesidad infantil.”

Según se contempla en el Acuerdo suscrito, AUTOCONTROL será el encargado del control del cumplimiento del Código PAOS.