

Destacan aprobación de proyecto que regula los alimentos procesados

SENADO. Comisión de Salud, que preside Iván Flores, dio luz verde al proyecto.

La comisión de Salud, presidida por el senador DC Iván Flores, dio luz verde, en general, al proyecto que busca exigir la rotulación de alimentos ultra procesados y regular su publicidad dirigida a menores de 14 años. La aprobación, según el legislador, “refleja la enorme preocupación existente en torno a los graves efectos del consumo de estos alimentos y a la necesidad de avanzar en prevención”.

“Chile es uno de los cuatro países que más población malnutrida, con sobrepeso e incluso con obesidad, tiene en el continente americano. Y en el caso de los adolescentes, Chile es uno de los cinco países donde los jóvenes están más expuestos a la publicidad a través del teléfono celular. No cabe duda que hay que avanzar en el etiquetado y en educar a la población”, sostuvo, añadiendo que “cuando sabemos que uno de los factores de riesgo para algunos cánceres que son mortales, evidentemente, para accidentes cardiovasculares, para problemas que tienen que ver con los niveles de azúcar o la diabetes, en fin, suma y sigue, y su vínculo con el consumo de alimentos ultra procesados, se requieren nuevas normas que los regulen, aunque haya intereses de por medio”.

Agregó, además, que “los alimentos ultra procesados tienen muchas veces precios menores



EL PARLAMENTARIO POR LOS RÍOS.

a los saludables, tienen un tremendo marketing y una gran publicidad que va dirigida particularmente a niños y jóvenes, y también en algunos casos generan adicción. Debe regularse su etiquetado, no le gusta la industria, están haciendo un tremendo lobby, pero hay que hacerlo”.

El proyecto complementa la actual ley de etiquetado sobre la composición de los alimentos, promulgada en 2016. Se entenderá por alimentos ultra procesados a los que contengan más de cinco ingredientes formados a partir de procesos químico-industriales.

Además, la norma establece que la publicidad de estos productos no podrá dirigirse a niños menores de 14 años, entendiendo por publicidad cualquier tipo de propaganda, información o acción destinada a promover su consumo, incluida aquella desarrollada en plataformas digitales.