

Instituto Federal de Acceso a la Información y Protección de Datos
ACTA DE LA SESIÓN ORDINARIA
ACT/24/03/2011

En la sala de juntas del Instituto Federal de Acceso a la Información y Protección de Datos (IFAI), ubicada en el piso 6, en Avenida México 151, Colonia Del Carmen Coyoacán, Delegación Coyoacán, C.P. 04100, México, D.F., a las 9:00 horas del jueves veinticuatro de febrero de dos mil once, se llevó a cabo la septuagésima tercera sesión del Comité Editorial del IFAI, con la asistencia de las siguientes personas:

María Fernanda Somuano Ventura
Raúl Trejo Delarbre
Ciro Murayama Rendón
Manuel Salvador Matus Velasco, Director General de Estudios e Investigación (DGEI)
Sylvia Salazar, Secretaria Técnica del Comité Editorial

ORDEN DEL DÍA

Orden del Día

- I.- Aprobación del orden del día y, en su caso, inclusión de asuntos generales.
- II.- Revisión y, en su caso, aprobación del acta de la sesión ordinaria del 24 de febrero de 2011.
- III.- Presentación de la propuesta "Transparencia y productos milagro: más información y menos engaño" de Jorge Bravo para la serie Cuadernos de Transparencia.
- IV. Entrega del texto "Transparencia y Protección de Datos Personales. Un equilibrio necesario" de Cristina Begné para la serie Cuadernos de Transparencia.
- V.- Asuntos Generales.

DESARROLLO DE LA SESIÓN Y ACUERDOS

Sobre el punto I

Se aprobó el orden del día.

Sobre el punto II

Se llevó a cabo la revisión del acta de la sesión ordinaria del 24 de febrero de 2011. Se aprobó y se firmó por los integrantes del Comité.

Sobre el punto III

El Comité Editorial analizó la propuesta "Transparencia y productos milagro: más información y menos engaño" de Jorge Bravo para la serie Cuadernos de Transparencia. Los integrantes



estuvieron de acuerdo en hacerle llegar al autor algunas observaciones, que se anexan a esta acta, para que las tome en cuenta en la elaboración del texto.

Sobre el punto IV

Se entregó a los miembros de Comité la propuesta de texto "Transparencia y Protección de Datos Personales. Un equilibrio necesario" de Cristina Begné para la serie Cuadernos de Transparencia. Se acordó elaborar el dictamen el 28 de abril del presente.

V. Asuntos Generales.

Revista electrónica

Los miembros externos del Comité hicieron un extrañamiento a las instancias del IFAI para que agilicen la publicación de la revista electrónica.

No habiendo más asuntos que tratar, se cerró la sesión a las once horas del día jueves 24 de marzo de 2011.



María Fernanda Somuano Ventura



Manuel Salvador Matus Velasco



Raúl Trejo Delarbre



Ciro Murayama Rendón

Formuló el acta: Enrique González Tiburcio.



Instituto Federal de Acceso
a la Información y Protección
de Datos

INSTITUTO FEDERAL DE ACCESO
A LA INFORMACIÓN PÚBLICA
SECRETARÍA EJECUTIVA
DIRECCIÓN GENERAL DE ATENCIÓN
A LA SOCIEDAD Y RELACIONES
INSTITUCIONALES

OFICIO: IFAI/SE/DGASRI/241/11

"2011, Año del Turismo en México"

Asunto: Recepción de guión.

México, D.F., a 15 de abril de 2011

ESTIMADO MTRO. JORGE BRAVO
PRESENTE

Por este medio, me permito informarle que el 24 de marzo del presente, los miembros del Comité Editorial de este Instituto revisaron su guión sobre **"Transparencia y productos milagro: más información y menos engaño"** y, debido a que es un tema de interés y se sitúa dentro de las políticas editoriales del IFAI, se le invita a entregar su propuesta de texto para que forme parte de la serie "Cuadernos de Transparencia".

Se considera que la elaboración de un Cuaderno sobre los denominados "productos milagro" resulta pertinente siempre que éste se oriente más hacia los temas vinculados con la transparencia y la rendición de cuentas desde la perspectiva de las agencias de gobierno encargadas de regular ese tipo de productos, con el propósito de salvaguardar la salud de las personas que pueden verse afectadas con su consumo.

El tema de los "productos milagro" ocupa un espacio importante en la agenda de las agencias que autorizan la venta de medicamentos en distintos países del mundo. La regulación incluye desde el registro del producto, la atención de denuncias de gente que ha visto afectada por su consumo, la autorización de la publicidad o las sanciones a la misma por incumplir con lo que el producto milagro promete.

En el caso mexicano la regulación de este tipo de productos depende principalmente de la Comisión Federal de Prevención de Riesgos Sanitarios (Cofepris), pero también intervienen la Procuraduría Federal del Consumidor (Profeco), la Secretaría de Gobernación y la Dirección General de Radio Televisión y Cinematografía.

Por su relevancia para la salud pública, el tema de los "productos milagro" puede estudiarse desde la perspectiva de las políticas de transparencia dirigida o focalizada (targeted transparency), con el propósito de identificar, primero, cuál es la información sobre este tipo de productos que ha puesto a disposición de los usuarios la autoridad de salud, en este caso la Cofepris y, segundo, si dicha información ha tenido un impacto tanto en las empresas que producen este tipo de productos, así como en el consumo de los mismos.

En virtud de lo anterior, se hacen las siguientes sugerencias al Mtro. Bravo:

- Como se mencionó en párrafos anteriores se recomienda que más que concentrarse en los temas de posicionamiento publicitario, el ensayo se concentre más en la transparencia y la rendición de cuentas desde la perspectiva de las agencias reguladoras, ya que éstas son responsables de que la gente esté debidamente informada.
- El marco metodológico de la economía política puede ser muy útil en el contexto del análisis de las industrias culturales y la mercadotecnia, no obstante, para este caso se recomienda partir de un análisis que haga énfasis en la regulación sanitaria de los "productos milagro" y, de ser posible, en los modelos de transparencia focalizada o dirigida. Un buen punto de partida podría ser revisar la Ley General de Salud, el Reglamento de la Ley General de Salud en Materia de Publicidad, y las atribuciones específicas de la Cofepris y de la Profeco.
- Revisar el libro "Full Disclosure", pues puede ser útil como referencia para el marco metodológico. Hacer vínculo entre regulador, regulado e industria.
- Centrarse en qué pueden saber y hacer los consumidores con relación a los productos milagro.
- Sería conveniente incluir planteamiento ético; cifras de lo que ganan las televisoras y los productores de los "medicamentos" por este tipo de publicidad; así como información obtenida de las solicitudes de información y de las regulaciones internacionales.
- Hacer un diagrama que incluya: ¿quién tiene competencia en estos temas? Y ¿qué información se les puede solicitar?
- Sería conveniente que para su estructura el trabajo tomara en cuenta los siguientes aspectos:
 - Introducción.
 - Qué son los productos milagro (acotar su definición)¹.
 - Los productos milagro y la regulación de su registro, de sus características (incluir envasado y etiquetado), de su publicidad en medios, de la evaluación realizada por las autoridades, de las denuncias presentadas en su contra y de las sanciones impuestas por la autoridad.
 - Derecho a estar informado: reflexión sobre la información de los "productos milagro" que hacen pública las autoridades, desde la perspectiva de la transparencia focalizada o dirigida; así como un análisis sobre la publicidad y su vinculación con la transparencia.
 - Estudio de caso sobre Genomma Lab.
 - Conclusiones.
 - Bibliografía.

Se le informa que, una vez que usted presente el trabajo, el Comité Editorial lo revisará y le hará llegar un dictamen con la decisión que haya tomado sobre el texto.

¹ De acuerdo con la Cofepris, la mayoría de los productos conocidos como "milagro" o "frontera" se caracterizan por exaltar, en su publicidad, una o varias cualidades terapéuticas, preventivas, rehabilitatorias o curativas, que van desde cuestiones estéticas hasta solución de problemas graves de salud. Se elaboran a base de plantas o sustancias de origen natural o sintético o son preparados con diversos nutrientes; se presentan en pastillas, soluciones, geles, cremas, parches, inyecciones, jabones, bebidas, etc. Véase: <http://www.cofepris.gob.mx/work/sites/cfp/resources/LocalContent/402/1/b55.pdf>

Al presente se adjunta el documento titulado "Características de los Cuadernos de Transparencia del IFAI".

Sin más por el momento, aprovecho la oportunidad para enviarle un cordial saludo.

ATENTAMENTE
EL DIRECTOR GENERAL



ENRIQUE GONZÁLEZ TIBURCIO

Enrique González Tiburcio