

REPORTAJE: Vida&artes

Comida comprensible, por favor

La picaresca en el etiquetado de los alimentos dificulta elegir los más saludables - La UE quiere unificar la información que se ofrece

CARMEN MORÁN 17/03/2010

La UE prepara un reglamento sobre etiquetado de alimentos que pretende ser útil y común para los ciudadanos de todos los Estados miembros. Difícil empresa cuando la información que ahora se presta en los productos envasados -leche, galletas, latas, dulces, sopas- es tan complicada que ni con un máster en nutrición puede uno saber si las grasas que va a ingerir son suficientes para una dieta saludable o bastarían para matar a un caballo.

La UE prepara un reglamento sobre etiquetado de alimentos que pretende ser útil y común para los ciudadanos de todos los Estados miembros. Difícil empresa cuando la información que ahora se presta en los productos envasados -leche, galletas, latas, dulces, sopas- es tan complicada que ni con un máster en nutrición puede uno saber si las grasas que va a ingerir son suficientes para una dieta saludable o bastarían para matar a un caballo.

Los especialistas que trabajan en estos asuntos suelen hablar de una información que sea accesible al "consumidor medio". ¿Quién es el consumidor medio? ¿Es igual el de Francia que el de España? ¿Es un anciano, un adulto? ¿Puede un niño determinar leyendo los ingredientes del bollo que está dando de merendar a su colesterol cada tarde?

Ni sus padres. En el paquete de cereales de la mañana, puede que la información nutricional se ofrezca por cada ración de 90 gramos, y así salen menos azúcares, menos grasas, menos sal. Pero, ¿quién se come 90 gramos? Si se hace caso de la foto que aparece en la caja, cada niño se irá a la escuela con una ensaladera de cereales en el estómago.

¿Tiene el consumidor, medio o no, formación suficiente para entenderla? "No", responde sin ambages Alicia de León, profesora de Derecho Civil, especializada en Derecho del Consumo de la Universidad de Oviedo. "Hemos pasado de un etiquetado muy reducido a una amplitud temeraria. El consumidor no está preparado, pero además quiere un etiquetado completo, pero también útil y sencillo, y eso no va a ser tan fácil". Y justo en un momento, recuerda De León, en que el etiquetado ha cobrado gran importancia debido a las crisis alimentarias de finales del siglo pasado (*colas, vacas locas*).

A la espera del reglamento europeo, en España está en vigor un decreto de 1999. Se trata de una norma modificada en varias ocasiones, la última en 2008. A pesar de que no es muy reciente, aún hoy pueden encontrarse incumplimientos, a veces derivados de la ambigüedad de la propia norma. El último estudio que ha efectuado la confederación de consumidores Ceaccu identifica "algunas deficiencias relevantes". Todas ellas deberán quedar solucionadas cuando se apruebe, quizá en verano, el nuevo reglamento, esta vez de aplicación para toda Europa. Pero todavía se está negociando el articulado, que determinará la colocación de las etiquetas y la información que deberán contener. "Los consumidores estamos intentando que la información que se recoja en esas etiquetas sea fácil y que cumpla el principio de veracidad y evidencia científica, que la letra sea suficientemente grande y que esté en un lugar visible. Si no lo entienden es que no estará claro", resume Francisca Sauquillo, presidenta del Consejo de Consumidores y Usuarios, donde se agrupan las grandes organizaciones que trabajan en este terreno.

Pero muchos de los productos que encontramos en las tiendas ya cuentan con esa etiqueta nutricional que aún no es obligatoria, donde se indica el porcentaje de grasas, azúcares y sal. "La industria va por delante de los gobiernos. Quizá por eso será más difícil que ahora modifiquen

algunas de las informaciones que no son del todo claras", dice Yolanda Quintana, de Ceaccu.

Hay otros aspectos importantes que se están perfilando en las negociaciones entre la industria, los consumidores, los Estados miembros y en el Parlamento Europeo sobre la información obligatoria y nutricional.

¿Dónde? El proyecto habla de que la información obligatoria deberá colocarse "en el mismo campo visual", pero no determina si debe ser en la parte frontal del paquete o en alguno de sus lados. España defiende que no sea en el frontal, sino que toda la información vaya en un lado, porque de haber optado por el frontal se perdería información que luego podría ir en otro sitio. Ceaccu encuentra, en esta posible ventaja, el siguiente inconveniente: "Eso dejará el frontal del producto libre para que las empresas coloquen ahí cualquier otra información voluntaria y de menor relevancia para el consumidor", dice resignada Yolanda Quintana. Y, en cualquier caso, la organización mantiene su exigencia de que la denominación del producto aparezca en el frontal.

¿Cuánto? La cantidad de energía y nutrientes, como sal y azúcares, se expresará por 100 gramos o mililitros, según está redactada actualmente la propuesta. Y también se recoge que, adicionalmente, puedan expresarse esas cantidades por porción, siempre que se especifiquen las porciones que contiene el envase. "Pero no se dice que la sal no debe denominarse sodio, algo que consideramos fundamental para que el consumidor no se llame a engaño. Y sobre las porciones, no lo damos por perdido, pero previamente, los Estados deberían regular el tamaño de esas porciones y cómo se comunican al consumidor", dicen en Ceaccu.

¿Cómo? El tamaño de la letra usada para la información obligatoria nutricional -una de las causas principales de descontento de los consumidores- deberá ser como mínimo de tres milímetros y "con un contraste considerable entre el texto impreso y el fondo", dice el borrador. "No parece que esto vaya a prosperar", lamenta Quintana. "España es el único país que sigue defendiéndolo, y la industria está en contra". De hecho, aunque el proyecto global ha de pasar muchas votaciones, en alguna esto ya se ha rechazado.

La postura española en estas negociaciones prima la utilidad para el consumidor de lo que lea en la etiqueta por encima de una información excesivamente exhaustiva. "No se trata de meter toda la información bioquímica, sino aquélla que al consumidor le permita decidirse por la compra del producto, o rechazarlo. Una etiqueta muy amplia obligaría a una letra más pequeña, y todo ello puede disuadir al comprador de leer el contenido nutricional", afirma Etelvina Andreu, directora general de Consumo del Ministerio de Sanidad.

España está por la letra de tres milímetros y por informar al consumidor sin saturarlo. Por ejemplo, entre las prioridades de la delegación española en Europa figura la identificación del origen de las grasas, animales o vegetales; que se sepa si hay grasas *trans* y su proporción y una buena información proteica.

"Los reglamentos exigen largas y costosas negociaciones porque son de aplicación inmediata en todos los países, y aún estamos corrigiendo incoherencias en la legislación que existen entre países o incluso en un mismo país". Pero si finalmente se consiguiera un reglamento claro, Andreu piensa que habrá que formar al consumidor para que sepa lo que lee y, por tanto, lo que come. Pero también cree que el que hace la compra debe "fijarse más en la etiqueta". "Aún nos fijamos poco", reconoce.

Muy poco, pero es que las etiquetas tampoco lo ponen fácil. El decreto español fija tres informaciones obligatorias: denominación del producto, ingredientes y fecha de caducidad. Pues ni eso es claro a veces. Ceaccu ha efectuado un estudio sobre 56 productos habituales en supermercados y ha encontrado deficiencias.

En primera lugar, en la denominación del producto. En el envase ha de quedar claro de qué se trata, si es leche, poner leche, si zumo, zumo. Pero no siempre ocurre. Hay preparados lácteos que pasan por leche y néctares o refrescos bien azucarados que se compran en la creencia errónea de que es un bondadoso zumo de frutas. "Eso ocurre porque la denominación del producto en algunos casos o no aparece o está muy escondida", critica Yolanda Quintana, de Ceaccu. Lo han detectado en algunas

marcas, como Esencial Fruta Solán de Cabras, Simon Life o en Natur Fibra (que es un preparado lácteo) o Bugles 3Ds de Matutano.

Los ingredientes han de aparecer "claramente legibles e indelebles". "¿Y quién determina lo que es legible?", se pregunta Quintana. Las miniaturas de letras que utilizan algunos productos, por no hablar de aquellos que imprimen en plástico arrugado y transparente, hace imposible la lectura de los ingredientes en algunos casos. Ceaccu ha observado letra demasiado pequeña en marcas como las barritas de cereales Kellogs o el Cola Cao Complet. O la tinta dorada que usan para rotular el jamón cocido de Hiperacor.

Sobre los ingredientes, simplemente se exige que se enumeren (el primero que aparece es el más abundante y siguen en orden decreciente de peso). Esta información lleva años así, pero muchos consumidores aún lo desconocen.

La fecha de caducidad es en lo que más se fija el ciudadano. Pero a veces hay que detenerse mucho, porque no todos los envases utilizan el mismo sistema.

La experta en Derecho del Consumo Alicia De León cree que un buen sistema, que ahora está de moda, es la información por medio de símbolos, por ejemplo el semáforo que se usa para explicar si hay mucha poca o nada de sal. "La información simbólica está bien, pero siempre que se complemente con la lista de ingredientes y su proporción". Desde Ceaccu rechazan ciertos símbolos porque creen que tras ellos se esconde la picaresca. El semáforo tampoco ha salido bien parado en los primeros filtros de esta negociación.

Lecturas de supermercado

En España hay un decreto que declara tres informaciones obligatorias en todos los productos alimentarios envasados:

- **Denominación del producto.** Ha de decirse de qué se trata, si es yogur, leche, galletas. Parece obvio, pero en ocasiones esta información se camufla con rocambolascas denominaciones o se esconde en un rincón el producto en cuestión.

- **Ingredientes.** Deben aparecer en orden de peso. El más abundante irá el primero y así sucesivamente. Además, si hay algún ingrediente destacado en la información al consumidor habrá de determinarse su proporción. Si es yogur con fresas, especificar cuánta cantidad de fresas.

- **Fecha de caducidad.** Debe ser una información legible, pero el consumidor se encuentra en ocasiones con números punteados de difícil lectura, que no siempre van separados entre sí. A veces incluso hay que dar la vuelta al huevo entero y no se es capaz de discernir hasta dónde llega la caducidad y dónde empieza el código del lote.