



PUBLICIDAD EN LOS ALIMENTOS

Un nuevo reglamento de la UE controlará los mensajes engañosos en los anuncios de alimentación

En 1996, varios informes de la Organización Mundial de la Salud (OMS) señalaron que existía una influencia directa entre los alimentos que comíamos y las enfermedades que sufríamos. Con la obesidad como una de las peores epidemias de nuestro tiempo y el peligro de que las nuevas generaciones fueran menos sanas que sus padres, las empresas de alimentación se lanzaron a la búsqueda de nuevas fórmulas más saludables para conquistar el mercado. El resultado ha sido una carrera de fondo en la que han ganado los patentadores de la última bacteria capaz de cuidar la flora intestinal o el microorganismo esencial para las defensas. Pero los avances de la ciencia y la falta de controles en la publicidad y en el etiquetado de los productos han dado alas a una picaresca de la que no se escapa casi nadie.

Este panorama es el que pretende combatir la Unión Europea con un reglamento que saldrá en las próximas semanas. La norma, que ha tardado tres años en ver la luz y ha sido objeto de fuertes presiones por parte de la industria, pondrá orden a las declaraciones nutricionales y saludables de los alimentos, es decir, lo que se puede y lo que no se puede decir de cada artículo que se vende en el mercado. La conclusión es que las compañías alimentarias tendrán que ser más precisas y rigurosas en los envases de los productos. Y que no habrá sitio para las falsedades apoyadas en estudios de no se sabe qué universidad. Todas las declaraciones sobre los presuntos aportes beneficiosos para el organismo tendrán que pasar un control exhaustivo de la agencia Europea de seguridad Alimentaria (EFSA). Este será el único organismo capaz de elaborar los listados de aquellas declaraciones permitidas. Si



una empresa quiere anunciar por ejemplo que un zumo sirve para reducir el colesterol tendrá que acudir a esas listas y ver si cumple los requisitos exigidos. Sólo así podrá hacer una aseveración de ese tipo. Las autoridades, los científicos, los consumidores y la industria dan la bienvenida a esta ley y coinciden en señalar que el ciudadano estará ahora mucho más informado.

Á. De Cozar/ M. C. Belaza
El País, Domingo 26 de Noviembre de 2006.