

## La información alimentaria: responsabilidad compartida

Emma Arbeloa<sup>1</sup>

### Resumen

Gracias a Río+20 la seguridad alimentaria en el mundo ha sido objeto de debate y atención, pero lamentablemente no se han adoptado las decisiones que se esperaban. Con todo se ha recordado que la información alimentaria es un derecho fundamental y que sin información a los consumidores, la seguridad alimentaria no está garantizada.

### Palabras clave

Río+20, seguridad alimentaria, información alimentaria, consumidores, buena administración pública

### Abstract

Thanks to Rio +20 the food security in the world has been the subject of debate and attention, but unfortunately the decisions that were expected have not been taken. Yet it was stressed that food information is a fundamental right and that without consumer information, food safety is not warranted.

### Key words

Rio +20, food security, food information, consumers, good public administration

No hace falta decir que la seguridad alimentaria es un tema capital para la sociedad, pero es cierto, que en los últimos tiempos parece que tanto las empresas como los organismos públicos competentes, no le otorgan demasiada importancia y la información alimentaria nos llega mediante el uso de publicidad sesgada o comunicaciones falsas o tendenciosas, de modo que los ciudadanos-consumidores no pueden diferenciar la información verdadera de la falsa.

La Conferencia de las Naciones Unidas sobre el Desarrollo Sostenible: Río+20, que ha tenido lugar en Río de Janeiro (Brasil) entre los días 20 y 22 de junio, había creado grandes expectativas sobre la posibilidad de cambiar esta situación, al haber fijado entre los temas prioritarios a tratar el de la seguridad alimentaria. Pese a ello, lo cierto es que Río + 20 ha sido una oportunidad perdida para avanzar en la protección de la seguridad alimentaria. De poco han servido los documentos publicados con carácter previo, tanto por la propia ONU («Seguridad alimentaria y agricultura sostenible»<sup>2</sup>), como por la Organización de Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación (FAO en RIO+20)<sup>3</sup> y las distintas Organizaciones no gubernamentales<sup>4</sup> para establecer las bases del debate.

<sup>1</sup> Abogada del ICAM, Doctorando en Derechos Fundamentales.

<sup>2</sup> Texto disponible en inglés en:

<http://www.uncsd2012.org/content/documents/227Issues%20Brief%209%20%20FS%20and%20Sustainable%20Agriculture%20CLCnew.pdf> [consulta 21 junio 2012]

<sup>3</sup> FAO en RIO+20 recoge las mejoras necesarias en toda la cadena alimentaria. A saber: sistemas de producción más resistentes: usar menos insumo (que según el Diccionario de la RAE es el «conjunto de bienes empleados en la producción de otros bienes»), contaminando menos; dietas sostenibles y reducción de pérdidas y desperdicios de alimentos.

<sup>4</sup> Así WWF presentó el Informe Planeta vivo 2012 disponible en su web: [http://www.wwf.es/que\\_hacemos/wwf\\_en\\_rio\\_20/](http://www.wwf.es/que_hacemos/wwf_en_rio_20/) [consulta: 21 junio 2012].

El informe finalmente acordado en Río+20 por casi 120 Jefes de Estado y de Gobierno: «*The future we want*»<sup>5</sup> (El futuro que queremos) se limita a reafirmar el derecho a la alimentación y a realizar un llamamiento a los Estados para que den prioridad a una alimentación sostenible, así como a brindar su apoyo a las iniciativas que mejoren el acceso a la información. Más ninguna medida importante se ha adoptado para asegurar una mayor transparencia en la información alimentaria, o el avance en la consecución de los Objetivos de Desarrollo del Milenio de reducir a la mitad el número de personas que padecen hambre en 2015<sup>6</sup>.

Aducen nuestros gobiernos, que en la actual coyuntura económica no son viables políticas que exijan grandes sacrificios. Pero este argumento no excusa que se deje pasar hambre a 925 millones de personas,<sup>7</sup> que si bien es cierto, que la mayoría de ellas se encuentran en países en desarrollo, no se quiere ver que la pobreza y el hambre también alcanza hoy a los países ricos. Como tampoco excusa, que las industrias alimentarias se beneficien de una legislación insuficiente y permisiva.

La información sobre seguridad alimentaria es un derecho y no simplemente un objetivo de política, ni una necesidad a la que se refieren los medios de comunicación cuando acontece una intoxicación o un riesgo alimenticio; y si bien, suele reconocerse como derecho de primera generación, especialmente en el marco de la libertad de opinión y de expresión, el derecho a recibir información y a acceder a la información pública, tienen una consagración legal y aplicación más efectiva como parte de los derechos de tercera generación.

Según, el art. 19 de la Declaración Universal de Derechos Humanos (DUDH) de 1948: «todo individuo tiene derecho a la libertad de opinión y de expresión; este derecho incluye el de no ser molestado a causa de sus opiniones, el de investigar y recibir información y opiniones y el de difundirlas sin limitación de fronteras por cualquier medio de expresión».

Igualmente, el Convenio Europeo de Derechos Humanos<sup>8</sup> (: CEDH), firmado en Roma el 4 de noviembre de 1950, establece en el art. 10.1 que: « 1. Toda persona tiene derecho a la libertad de expresión. Este derecho comprende la libertad de opinión y la libertad de recibir o de comunicar informaciones o ideas, sin que pueda haber injerencia de autoridades públicas y sin consideración de fronteras. El presente artículo no impide que los Estados sometan a las empresas de radiodifusión, de cinematografía o de televisión a un régimen de autorización previa».

Mientras que la Constitución Española de 1978 (: CE) reconoce en el art. 20.1.d el derecho « a comunicar o recibir libremente información veraz por cualquier medio de difusión». Derecho que están obligados a satisfacer tanto la industria alimentaria, como la Administración Pública y los medios de comunicación. La responsabilidad es compartida.

Empezando por las multinacionales de la alimentación, que tienen el deber de proveer productos con etiquetados fieles a la composición de los mismos, y seguros para los consumidores. El etiquetado de los productos alimenticios es un importante instrumento para la protección de los consumidores, al facilitar la información necesaria sobre la naturaleza y las características de dichos productos, lo que les permite realizar su adquisición y consumo con pleno conocimiento.

<sup>5</sup> ONU: “El futuro que queremos”, Río de Janeiro, Brasil, 2012 Texto disponible en: <http://www.un.org/es/comun/docs/?symbol=A/CONF.216/L.1> [consulta 25 junio 2012]

<sup>6</sup> ONU: Objetivos de Desarrollo del Milenio, Nueva York, 2010. Texto disponible en: [http://www.un.org/spanish/millenniumgoals/pdf/MDG\\_Report\\_2010\\_SP.pdf#page=13](http://www.un.org/spanish/millenniumgoals/pdf/MDG_Report_2010_SP.pdf#page=13) [consulta: 21 junio 2012]

<sup>7</sup> FAO: “El Estado de la inseguridad alimentaria en el mundo”, Roma, 2010. Texto disponible en: <http://www.fao.org/docrep/013/i1683s/i1683s.pdf> [consulta: 21 junio 2012]

<sup>8</sup> Ratificado por España el 26 de septiembre de 1979. (BOE de 10 de octubre de 1979) Texto consolidado disponible en: [http://www.echr.coe.int/NR/rdonlyres/1101E77AC8E1493F809D800CBD20E595/0/CONVENTION\\_ESP\\_WEB.pdf](http://www.echr.coe.int/NR/rdonlyres/1101E77AC8E1493F809D800CBD20E595/0/CONVENTION_ESP_WEB.pdf) [consulta: 21 junio 2012]

La principal normativa sobre etiquetado de productos alimenticios se recoge en el RD 1334/1999, de 31 de julio<sup>9</sup>, según el cual:

El etiquetado de los productos alimenticios debe mencionar obligatoriamente:

- La denominación de venta.
- La lista de ingredientes, que irá precedida de la palabra «*ingredientes*». Se enumeran en el orden decreciente de su importancia ponderal y están designados por su nombre específico, con arreglo a ciertas excepciones previstas. No precisan lista:  
Las frutas, hortalizas frescas, patatas, agua envasada gasificada, vinagre de fermentación, queso, mantequilla, leche y nata fermentada, siempre que no se les hayan añadido más ingredientes que productos lácteos, enzimas y cultivos de microorganismos.
- La cantidad de los ingredientes o las categorías de ingredientes expresada en porcentaje. El grado alcohólico.
- La cantidad neta expresada en unidades de volumen (litro, centilitro, mililitro) en el caso de los productos líquidos y en unidades de peso (kilogramo o gramo) en el caso de los demás productos.
- La fecha de duración mínima, salvo en el caso de los siguientes productos:
  - las frutas y hortalizas frescas no tratadas,
  - los vinos y bebidas con una graduación de un 10% o más en volumen de alcohol,
  - las bebidas refrescantes sin alcohol,
  - los zumos de frutas y las bebidas alcohólicas en recipientes de más de cinco litros, destinados a las colectividades,
  - los productos de panadería o repostería que se consumen normalmente en el plazo de veinticuatro horas después de su fabricación,
  - el vinagre,
  - la sal de cocina,
  - los azúcares en estado sólido,
  - los productos de confitería consistentes casi exclusivamente en azúcares aromatizados o coloreados,
  - los chicles,
  - las porciones individuales de helado.

Para los productos alimenticios muy perecederos, la fecha de duración utilizada se reemplaza por la fecha límite de consumo.

- Las condiciones especiales de conservación y utilización.
- El nombre o la razón social y la dirección del fabricante o del embalador o de un vendedor establecido dentro de la Comunidad Europea, y en todo caso, su domicilio.
- Identificación del lote, salvo excepciones.
- El lugar de origen o de procedencia, en los casos en los que su omisión pudiera inducir a error al consumidor.
- «*envasado en atmósfera protectora*», cuando se trate de productos alimenticios de duración prolongada gracias a los gases de envasado.
- «*con edulcorante(s)*», cuando contienen uno o varios edulcorantes autorizados.
- «*contiene fuente de fenilalanina*», cuando el alimento contiene aspartamo.
- «*un consumo excesivo puede tener efectos laxantes*», cuando el producto lleva incorporado polioles en una proporción superior al 10%.

No obstante, conforme a un documento consultivo de la Comisión con fecha de febrero de 2006 titulado «*Labelling: Competitiveness, Consumer Information and Better Regulation for the EU*»<sup>10</sup>, el etiquetado ya no es la única vía fiable para comunicar información al consumidor, como ocurría en el pasado. En la actualidad el etiquetado

<sup>9</sup> BOE nº 202, de 24 de agosto de 1999. Corrección de errores de 23 de noviembre de 1999. Modificado por varios RD.

<sup>10</sup> Texto disponible en inglés en: [http://ec.europa.eu/food/food/labellingnutrition/betterregulation/competitiveness\\_consumer\\_info.pdf](http://ec.europa.eu/food/food/labellingnutrition/betterregulation/competitiveness_consumer_info.pdf) [consulta: 21 junio 2012]

debe competir con otros instrumentos característicos de la denominada sociedad de la información: Internet, números de teléfono gratuitos, etc.

Por otra parte, a los consumidores además de la seguridad de los alimentos les interesa «los métodos de elaboración o el bienestar animal»<sup>11</sup> y no solo porque la prevención de las enfermedades animales es importante para preservar la salud humana. Es una cuestión de ética. Inferir a los animales daños innecesarios o someterles a una vida cruel está lejos de la moral, porque aunque muchos lo olvidan, los animales son seres sensibles. De ahí que informar sobre el bienestar animal a los consumidores es un modo de defender a los animales, puesto que ellos solo cuentan con nuestra voz para defenderse.

Sin embargo, la legislación actual sobre bienestar animal se califica de «*soft law*» o derecho blando (normas generales o principios, pero no reglas imperativas).

En particular, en la UE, destaca la siguiente normativa al respecto:

- El Protocolo sobre la protección y el bienestar de los animales anexo al Tratado CE<sup>12</sup>, que obliga a los Estados miembros y a las instituciones europeas a prestar plena atención al bienestar de los animales cuando formulan y aplican las políticas comunitarias; y
- la Directiva 98/58/EC del Consejo de 20 de julio de 1998, relativa a la protección de los animales en las explotaciones ganaderas<sup>13</sup>, que fija las normas generales para la protección de los animales de todas las especies mantenido para la producción de alimentos, lana, cuero, pieles o con otros fines agrícolas, incluidos los peces, los reptiles y anfibios. Reglas que se basan en el Convenio Europeo para la Protección de los animales en explotaciones ganaderas de 10 de marzo de 1976<sup>14</sup>, y reflejan las llamadas cinco libertades adoptadas por el Consejo del Bienestar del Animal de Granja («*Farm Animal Welfare Council*»):
  - 1) la libertad de hambre y sed, esto es, acceso al agua potable y una dieta para la salud y vigor;
  - 2) libre de molestias, es decir, un ambiente adecuado con refugio y zona de descanso cómoda;
  - 3) El alivio del dolor, heridas y enfermedades, mediante la prevención o el tratamiento rápido;
  - 4) la libertad de expresar un comportamiento normal en un espacio e instalaciones adecuados, en compañía de la misma especie animal; y
  - 5) la libertad de miedo y angustia, a través de condiciones y trato que eviten sufrimientos mentales.

Normativa comunitaria, que junto a otras directivas fue traspuesta por la Ley 32/2007, de 7 de noviembre, para el cuidado de los animales, en su explotación, transporte, experimentación y sacrificio.<sup>15</sup>

En definitiva, las industrias alimentarias deben facilitar a los consumidores la información sobre los ingredientes, origen y medios de elaboración de los alimentos, incluyendo la trazabilidad del trato dispensado a los animales. En consecuencia, es también de su responsabilidad auto-controlar las actividades publicitarias que realicen con el fin de promocionar y vender un producto, bien, actividad o servicio, de modo que la confianza de los consumidores no se vea traicionada.

<sup>11</sup> LAMELA FERNÁNDEZ, M.: “La garantía de seguridad de los alimentos”, *Cuadernos de la guardia civil. Revista de seguridad pública* nº XXIV, p. 9.

<sup>12</sup> DOCE nº C325 /37, de 24 de diciembre de 2002 [http://eur-lex.europa.eu/es/treaties/dat/12002E/pdf/12002E\\_ES.pdf](http://eur-lex.europa.eu/es/treaties/dat/12002E/pdf/12002E_ES.pdf) [consulta: 21 junio 2012]

<sup>13</sup> DOUE nº L 221, de 8 de agosto de 1998, p. 0023 – 0027

<http://eurlex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=CELEX:31998L0058:ES:HTML> [consulta: 21 junio 2012]

<sup>14</sup> BOE nº 259/1988, de 28 de octubre de 1988.

<sup>15</sup> BOE nº 268 de 8 de noviembre de 2007, pp. 45914 a 45920 Texto consolidado: <http://www.boe.es/buscar/act.php?id=BOE-A-2007-19321> [consulta: 21 junio 2012]

En concreto en España, el art. 3 de la Ley 34/1988, de 11 de noviembre, General de Publicidad<sup>16</sup> (: LGPu) fija una serie de límites a la publicidad, que son:

1. Los derechos fundamentales de terceras personas y otros valores constitucionales: Conforme al art. 3 LGPu « Es ilícita: a) La publicidad que atente contra la dignidad de la persona o vulnere los valores y derechos reconocidos en la Constitución, especialmente a los que se refieren sus artículos 14, 18 y 20, apartado 4. Se entenderán incluidos en la previsión anterior los anuncios que presenten a las mujeres de forma vejatoria o discriminatoria, bien utilizando particular y directamente su cuerpo o partes del mismo como mero objeto desvinculado del producto que se pretende promocionar, bien su imagen asociada a comportamientos estereotipados que vulnere los fundamentos de nuestro ordenamiento coadyuvando a generar la violencia a que se refiere la Ley Orgánica 1/2004, de 28 de diciembre, de Medidas de Protección Integral contra la Violencia de Género. b) La publicidad dirigida a menores que les incite a la compra de un bien o de un servicio, explotando su inexperiencia o credulidad, o en la que aparezcan persuadiendo de la compra a padres o tutores. No se podrá, sin un motivo justificado, presentar a los niños en situaciones peligrosas (...)». Es pues, contraria a la ley, aquella publicidad que cuestiona el respeto debido a la condición de ser humano, y a la igualdad, mereciendo especial protección:
  - la mujer, en un intento de corregir la imagen estereotipada y sexista que se hacía de la mujer como simple ama de casa, así como del uso que venía haciéndose de desnudo femenino, como mero objeto erótico de atracción; y
  - los niños, tanto como destinatarios de la publicidad, como del uso que se haga de su imagen.
2. La veracidad: « b) No se deberá inducir a error sobre las características de los productos, ni sobre su seguridad, ni tampoco sobre la capacidad y aptitudes necesarias en el niño para utilizarlos sin producir daño para sí o a terceros. [Es ilegal:] c) la publicidad subliminal; e) la publicidad engañosa...»: art. 3 LGPu
3. La salvaguardia del mercado: se considera publicidad ilegal según el art. 3 LGPu «d) La que infrinja lo dispuesto en la normativa que regule la publicidad de determinados productos, bienes, actividades o servicios. e) (...) la publicidad desleal y la publicidad agresiva, que tendrán el carácter de actos de competencia desleal en los términos contemplados en la Ley de Competencia Desleal<sup>17</sup>».

Además, el Código de Autorregulación de la Publicidad de Alimentos dirigida a Menores, Prevención de la Obesidad y Salud (Código PAOS),<sup>18</sup> entró en vigor en 2005 y cuenta actualmente con 36 empresas adheridas que suponen el 94,29%<sup>19</sup> de la inversión publicitaria de alimentos y bebidas en franjas para niños.

Entre sus disposiciones quiero destacar la número 4 que determina que «la presentación publicitaria de alimentos o bebidas no deberá inducir a error a los menores sobre los beneficios derivados del uso del producto»; y la número 25, según la cual «no deberá minusvalorar la importancia de hábitos de vida saludables como el mantenimiento de una alimentación variada y equilibrada o la realización de actividad física».

Pero lo verdad es que las multinacionales alimenticias continuamente se burlan de la buena fe los consumidores: las bebidas gaseosas de Coca-cola y Pepsi cola, contienen transgénicos, y las de Pepsi, además células de fetos abortados porque «producen un gran sabor y menos calorías en las bebidas»<sup>20</sup>; los cereales Kellogs son más

<sup>16</sup> BOE nº 274, de 15 de noviembre de 1988, págs. 32464 a 32467 Texto consolidado disponible en:

[http://www.boe.es/boe/consultas/bases\\_datos/act.php?id=BOE-A-1988-26156](http://www.boe.es/boe/consultas/bases_datos/act.php?id=BOE-A-1988-26156) [consulta: 21 junio 2012]

<sup>17</sup> Ley 3/1991, de 10 de enero, de Competencia Desleal. BOE nº. 10, de 11 de enero de 1991, pp. 959 a 962. Texto consolidado disponible en: <http://www.boe.es/buscar/act.php?id=BOE-A-1991-628> [consulta: 21 junio 2012]

<sup>18</sup> Texto disponible en: [http://www.autocontrol.es/pdfs/cod\\_%20Paos.pdf](http://www.autocontrol.es/pdfs/cod_%20Paos.pdf) [consulta: 21 junio 2012]

<sup>19</sup> AGENCIA ESPAÑOLA DE SEGURIDAD ALIMENTARIA Y NUTRICIÓN: “Código PAOS: 1.700 anuncios examinados desde 2005 con un alto índice de cumplimiento”. Texto disponible en su web:

[http://www.aesan.msc.es/AESAN/web/notas\\_prensa/anuncios\\_examinados.shtml](http://www.aesan.msc.es/AESAN/web/notas_prensa/anuncios_examinados.shtml) [consulta: 21 junio 2012]

<sup>20</sup> <http://www.hazteoir.org/noticia/41973-accionistas-demandan-pepsi-que-deje-utilizar-celulas-fetos-abortados> [consulta: 8 junio 2012]

Esta escandalosa noticia de la que pocos medios se han hecho eco, demuestra el poder ingente de estas corporaciones internacionales.

azucarados de lo que indican en su etiquetado;<sup>21</sup>Puleva y Reny Picot,<sup>22</sup> venden una leche vieja y de bajo contenido en calcio; etc., etc. , por no hablar de las fechorías de las industrias alimentarias en China.

En cuanto a la responsabilidad de la «*res pública*», en virtud del art.51.2 CE nuestros gobernantes e instituciones deben promover « (...) la información y educación de los consumidores y usuarios, fomentar [...] sus organizaciones y oír [...] a éstas en las cuestiones que puedan afectar a aquéllos en los términos que la ley establezca». Es decir, deben garantizar la lealtad de las transacciones comerciales.

De igual manera, el art. 8 d) del Real Decreto Legislativo 1/2007, de 16 de noviembre por el que se aprueba el texto refundido de la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios y otras leyes complementarias (: RDLGDCU),<sup>23</sup> reconoce como derecho básico de los consumidores y usuarios «la información correcta sobre los diferentes bienes o servicios y la educación y divulgación para facilitar el conocimiento sobre su adecuado uso, consumo o disfrute».

Así, la Agencia Española de Seguridad Alimentaria (organismo público autónomo, con personalidad jurídica propia, adscrita al Ministerio de Sanidad y Consumo), en coordinación con la EFSA, tiene entre sus funciones proporcionar al público información alimentaria comprensible sobre bases científicas. Con este objetivo elaboró una Guía para la aplicación de los sistemas de trazabilidad en la empresa agroalimentaria.

Y tal y como nos recuerda FRANCH SAGUER <sup>24</sup> «Los ciudadanos tienen derecho de acceso a los dictámenes científicos elaborados por la Agencia, de acuerdo con el principio de transparencia y sin perjuicio del respeto del derecho a la intimidad de las personas y a las materias protegidas por el secreto industrial y comercial, siempre, eso sí, que no se comprometa la protección de la salud pública».

Pero también el Servicio de Protección de la Naturaleza (SEPRONA)<sup>25</sup> «actúa en defensa de la alimentación humana, de la alimentación animal y del uso adecuado de plaguicidas, pues todo ello terminará tomando parte de nuestra cadena alimentaria. Según los expertos, la utilización a gran escala de antibióticos en ganadería y agricultura hace que se encuentren restos de los mismos en la carne de cualquier animal, lo que está generando bacterias resistentes antes desconocidas».<sup>26</sup>

Sin embargo, son los medios de comunicación los que con mayor facilidad podrían transmitir a los consumidores toda la información necesaria para asegurar la seguridad alimentaria, debido a su nivel de alcance y rápida difusión de noticias.

Medios que actualmente evaden su responsabilidad de informar al consumidor, derivada no sólo del art. 20.3 CE<sup>27</sup>, sino del art. 17 RDLGDCU que impone a los medios de comunicación social de titularidad pública estatal, la obligación de dedicar «espacios y programas, no publicitarios, a la información y educación de los consumidores.

<sup>21</sup>GLOGER, D.: «Los cereales azucarados de los niños son tan malos como las galletas de chocolate», *Periódico Daily Express*, Reino Unido, de 16 de febrero de 2012. <http://www.express.co.uk/posts/view/302403/Children-s-sugary-cereals-bad-as-chocolate-biscuits>– [consulta: 8 junio 2012]

<sup>22</sup>AGENCIA EFE: «Las mejores y las peores marcas de leche, según la OCU», *Periódico Público*, Madrid, 21 de junio de 2011. <http://www.publico.es/dinero/383118/las-mejores-y-las-peores-marcas-de-leche-segun-la-ocu> [consulta: 8 junio 2012]

<sup>23</sup>BOE nº287, de 30 de noviembre de 2007, p. 49181. Texto disponible en: <http://www.boe.es/boe/dias/2007/11/30/pdfs/A49181-49215.pdf> [consulta: 21 junio 2012]

<sup>24</sup>FRANCH SAGUER, M.: «La seguridad alimentaria: Las Agencias de Seguridad Alimentaria», *Revista de Administración pública*, nº 159. Septiembre- diciembre 2002, p. 336.

<sup>25</sup>Es una unidad de la Guardia Civil

<sup>26</sup>CASTRO, M<sup>a</sup>.A.: «El fraude alimentario en España», *Cuadernos de la Guardia Civil XXIV*, Madrid, 2001, p. 17.

<sup>27</sup>Art. 20.3 CE: «La ley regulará la organización y el control parlamentario de los medios de comunicación social dependientes del estado o de cualquier ente público y garantizará el acceso a dichos medios de los grupos sociales y políticos significativos, respetando el pluralismo de la sociedad y de las diversas lenguas de España».

En tales espacios y programas (...) se facilitará la participación de las asociaciones de consumidores y usuarios representativas, (...) en la forma que se acuerde con dichos medios».

De modo, que la información que los medios facilitan, en general, está supeditada al mercado, a las audiencias y a la publicidad. Los consumidores tan sólo son considerados como potenciales espectadores y fuente de ingresos a los que se puede manipular.

Citando a TEODORO GONZÁLEZ BALLESTEROS<sup>28</sup> «somos para ellos, en el genérico sentido de que son agentes o instrumentos mediáticos, sujetos mercantiles: la audiencia; o sujetos ideológicos: el voto».

De ahí, que no pueda evitar preguntarme si Río +20 ha servido para solventar alguno de estos graves problemas, y al igual que muchos creo que el acuerdo alcanzado no es más que otra declaración ornamental más, sin ningún compromiso concreto.

Lo único seguro es que nosotros, como ciudadanos-consumidores, tenemos el derecho y el deber de exigir información de calidad, en primer lugar a la industria alimentaria, pero también a los medios de comunicación, y a los poderes públicos.

Sin embargo, se necesita fomentar la participación ciudadana, porque sin una reclamación más directa del interés general difícilmente los consumidores lograrán avanzar en sus derechos de información alimentaria.

Derechos, que precisan de la transparencia de la industria y de la Administración Pública para evitar los riesgos de violaciones de la Ley y corruptelas. Pero si la «*res pública*» no legisla en orden a garantizar la información, o no controla y garantiza el cumplimiento del deber de informar a los consumidores, nos encontramos ante una democracia bajo mínimos. Por el contrario, a mayor información de los medios a los consumidores, mayor será la tranquilidad con la que éstos decidirán los productos que desean adquirir y mayor será la seguridad con la que se enfrentarán a una posible reclamación.

En palabras del insigne chef francés, PAUL BOCUSE «se necesita poco para hacer las cosas bien, pero menos aun para hacerlas mal», es importante que quienes tienen la solución al problema lo recuerden.

## Bibliografía

### Artículos de Revistas Jurídicas:

- CASTRO, M<sup>a</sup>.A.: “El fraude alimentario en España”, *Cuadernos de la Guardia Civil XXIV*, Madrid, 2001, p. 17
- FRANH SAGUER, M.: “La seguridad alimentaria: Las Agencias de Seguridad Alimentaria”, *Revista de Administración pública*, nº 159. Septiembre- diciembre 2002, p. 336.
- LAMELA FERNÁNDEZ, M.: “La garantía de seguridad de los alimentos”, *Cuadernos de la guardia civil. Revista de seguridad pública nº XXIV*, p. 9.

### Artículos en Prensa escrita y digital:

- AGENCIA EFE: “Las mejores y las peores marcas de leche, según la OCU”, *Periódico Público*, Madrid, 21 de junio de 2011.  
<http://www.publico.es/dinero/383118/las-mejores-y-las-peores-marcas-de-leche-segun-la-ocu> [consulta: 8 junio 2012]

<sup>28</sup> GONZÁLEZ BALLESTEROS, T.: “El derecho a la información y la libertad de expresión en España, y el respeto a sus límites”, p. 2. Texto disponible en: [http://www.fundacionfaes.org/record\\_file/filename/246/00287-10.pdf](http://www.fundacionfaes.org/record_file/filename/246/00287-10.pdf) [consulta: 21 junio 2012]

GLOGER, D.: “Los cereales azucarados de los niños son tan malos como las galletas de chocolate”, *Periódico Daily Express*, Reino Unido, de 16 de febrero de 2012. Texto disponible en:

<http://www.express.co.uk/posts/view/302403/Children-s-sugary-cereals-bad-as-chocolate-biscuits--> [consulta: 8 junio 2012]

GONZÁLEZ BALLESTEROS, T.: “El derecho a la información y la libertad de expresión en España, y el respeto a sus límites”, p. 2. Texto disponible en:

[http://www.fundacionfaes.org/record\\_file/filename/246/00287-10.pdf](http://www.fundacionfaes.org/record_file/filename/246/00287-10.pdf)

[consulta: 21 junio 2012]

“Accionistas demandan a Pepsi que deje de utilizar células de fetos abortados”. Texto disponible en:

<http://www.hazteoir.org/noticia/41973-accionistas-demandan-pepsi-que-deje-utilizar-celulas-fetos-abortados>

[consulta: 8 junio 2012]

#### Informes y comunicados institucionales:

AGENCIA ESPAÑOLA DE SEGURIDAD ALIMENTARIA Y NUTRICIÓN: “Código PAOS: 1.700 anuncios examinados desde 2005 con un alto índice de cumplimiento”. Texto disponible en:

[http://www.aesan.msc.es/AESAN/web/notas\\_prensa/anuncios\\_examinados.shtml](http://www.aesan.msc.es/AESAN/web/notas_prensa/anuncios_examinados.shtml) [consulta: 21 junio 2012]

COMISIÓN EUROPEA: “Labelling: Competitiveness, Consumer Information and Better Regulation for the EU”.

Texto disponible en inglés en:

[http://ec.europa.eu/food/food/labellingnutrition/betterregulation/competitiveness\\_consumer\\_info.pdf](http://ec.europa.eu/food/food/labellingnutrition/betterregulation/competitiveness_consumer_info.pdf) [consulta:

21 junio 2012]

FAO: “El Estado de la inseguridad alimentaria en el mundo”, Roma, 2010. Texto disponible en:

<http://www.fao.org/docrep/013/i1683s/i1683s.pdf>

[consulta: 21 junio 2012]

ONU:

“El futuro que queremos”, Río de Janeiro, Brasil, 2012. Texto disponible en:

<http://www.un.org/es/comun/docs/?symbol=A/CONF.216/L.1> [consulta 23 junio 2012]

“Objetivos de Desarrollo del Milenio”, Nueva York, 2010. Texto disponible en:

[http://www.un.org/spanish/millenniumgoals/pdf/MDG\\_Report\\_2010\\_SP.pdf#page=13](http://www.un.org/spanish/millenniumgoals/pdf/MDG_Report_2010_SP.pdf#page=13) [consulta: 21 junio

2012]

“Seguridad alimentaria y agricultura sostenible”. Texto disponible en inglés en:

<http://www.uncsd2012.org/content/documents/227Issues%20Brief%209%20%20FS%20and%20Sustainable%20Agriculture%20CLCnew.pdf>

[consulta: 21 junio 2012]

WWF: “Informe Planeta vivo 2012”. Texto disponible en su web:

[http://www.wwf.es/que\\_hacemos/wwf\\_en\\_rio\\_20/](http://www.wwf.es/que_hacemos/wwf_en_rio_20/) [consulta: 21 junio 2012]