

# Informació alimentària: qüestions ètiques, jurídiques i polítiques

Información alimentaria: cuestiones éticas y jurídico-políticas

Food information: ethical, legal and policy issues

M.<sup>a</sup> José Plana, Itziar de Lecuona (coords.)



Organització  
de les Nacions Unides  
per a l'Educació,  
la Ciència i la Cultura



Càtedra UNESCO de Bioètica  
de la Universitat de Barcelona



Observatori de  
Bioètica i Dret  
Universitat de Barcelona



# Informació alimentària: qüestions ètiques, jurídiques i polítiques

Información alimentaria: cuestiones éticas y jurídico-políticas

Food information: ethical, legal and policy issues

M.<sup>a</sup> José Plana, Itziar de Lecuona (coords.)

Barcelona, març de 2017



UNIVERSITAT DE  
BARCELONA

Edicions



Observatori de  
Bioètica i Dret  
Universitat de Barcelona



Obra Social "la Caixa"

© Edicions de la Universitat de Barcelona  
Adolf Florensa, s/n  
08028 Barcelona  
Tel.: 934 035 430  
Fax: 934 035 531  
www.publicacions.ub.edu  
comercial.edicions@ub.edu

© M.ª José Plana, Itziar de Lecuona

ISBN 978-84-475-4163-8

La recerca que ha generat aquests resultats ha estat impulsada per l'Obra Social "La Caixa".

Aquest document està subjecte a la llicència de Reconeixement-NoComercial-SenseObraDerivada de Creative Commons, el text de la qual està disponible a: <http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>.



---

## SUMARI

### **Informació alimentària: qüestions ètiques, jurídiques i polítiques**

Presentació .....	9
Estat de la qüestió .....	11
Consideracions .....	29
Recomanacions .....	31

### **Información alimentaria: cuestiones éticas y jurídico-políticas**

Presentación .....	37
Estado de la cuestión .....	39
Consideraciones .....	57
Recomendaciones .....	59

### **Food information: ethical, legal and policy issues**

Presentation .....	65
State of the question .....	67
Considerations .....	85
Recommendations .....	87

<b>Membres del Grup d'Opinió que han elaborat aquest document .....</b>	<b>91</b>
---	-----------



**INFORMACIÓ ALIMENTÀRIA:  
QÜESTIONS ÈTIQUES, JURÍDIQUES  
I POLÍTIQUES**





## PRESENTACIÓ

L'Observatori de Bioètica i Dret (OBD) inicia amb aquest document sobre les qüestions ètiques, jurídiques i polítiques a l'entorn de la informació alimentària una nova línia de documents que tracten les implicacions ètiques, jurídiques i socials dels temes alimentaris, per la importància creixent que tenen i per la seva relació amb la bioètica i els drets humans.

La finalitat és incidir en les polítiques públiques i en el debat social informat sobre els reptes bioètics que plantegen el sistema alimentari actual i la seva evolució; atenent, en particular, al paper que la innovació i les tecnologies de la informació tindran en la seguretat, qualitat i sostenibilitat efectives del sistema, i en especial pel que fa a la comunicació i la percepció dels riscos per part dels ciutadans.

El Grup d'Opinió de l'Observatori de Bioètica i Dret es va constituir el 1996 sota la direcció de la Dra. María Casado i té entre els seus objectius incidir en el diàleg entre la universitat i la societat mitjançant la transmissió del coneixement científicotècnic i els arguments necessaris per participar en un debat social informat. Amb la publicació d'aquest document sobre informació alimentària ja són vint-i-cinc els documents que han tractat temes d'actualitat sobre els quals no existeix una opinió unànime, ni en la societat ni en les diferents comunitats científiques implicades. Això ha requerit identificar els problemes, contrastar els arguments i proposar recomanacions de consens.

En aquest document, centrat en les qüestions bioètiques que tenen a veure amb la informació alimentària, el Grup d'Opinió vol posar de manifest la desconexió existent entre l'actual política d'informació alimentària, basada en l'etiquetatge i la difusió indiscriminada d'informació alimentària que suporta el consumidor, així com les conseqüències que aquesta situació té sobre les eleccions alimentàries individuals, la salut pública i la perpetuació de pràctiques productives i patrons de consum ambientalment i socialment insostenibles.

Per aquesta raó, els plantejaments i les recomanacions que s'hi fan tenen com a objectius:

- Posar de manifest la repercussió que aquesta situació té sobre les eleccions alimentàries individuals, la salut pública i la perpetuació de pràctiques productives i patrons de consum ambientalment i socialment insostenibles.
- Promoure una revisió de les iniciatives sobre informació alimentària per part dels poders públics, dins l'àmbit de competència de cadascun d'ells.

- Identificar les oportunitats i els obstacles derivats de l'ús de les tecnologies de la informació en la difusió d'informació alimentària, assenyalant les conseqüències que comporten quant a l'afectació de béns, valors i drets com ara la qualitat de vida i l'equitat.
- Potenciar el diàleg entre els centres de recerca, les institucions de govern, la indústria i la societat, incloent en aquest intercanvi els mitjans de comunicació, la tasca dels quals influeix enormement en la creació de l'opinió pública.

En la mateixa línia que en els documents anteriors, el Grup d'Opinió considera que cal prendre mesures que permetin assegurar l'exercici dels drets i la presa de decisions lliures i informades a totes les persones implicades. Això requereix participar en el debat i fer propostes que ajudin a afrontar el canvi de paradigma que implica la difusió indiscriminada i la digitalització de la informació, ja que, en una societat democràtica, les decisions que prengui l'Administració no han de ser imposades al ciutadà sense una anàlisi prèvia dels riscos i beneficis i sense una informació contrastada mitjançant l'evidència científica i transparent.

Aquest nou document ha estat coordinat per María José Plana (advocada i directora del màster en Alimentació, Ètica i Dret de la Universitat de Barcelona) i Itziar de Lecuona (professora lectora, sotsdirectora de l'Observatori de Bioètica i Dret i membre de la Comissió de Bioètica de la Universitat de Barcelona), i hi han participat els professionals i acadèmics que s'hi esmenten.

---

## ESTAT DE LA QÜESTIÓ

Des de l'inici d'aquest segle, tant la comunitat científica com els poders públics han posat en relleu de forma constant que la salut pública i individual a Europa passa per endegar mesures que garanteixin la informació alimentària completa i contrastada mitjançant evidències científiques com a mecanisme de protecció de la salut dels consumidors, a fi de millorar la qualitat de la dieta dels ciutadans i per disminuir l'impacte social i ambiental del sistema alimentari. L'objectiu és que els aliments i els mitjans de producció, en la indústria alimentària i en la producció primària, responguin millor a les necessitats i les preocupacions, que cada cop són més, dels diferents col·lectius socials.

La Carta Europea contra l'Obesitat aprovada per l'Organització Mundial de la Salut (OMS) va recalcar, ja el 2008, que al costat de les accions relatives a la informació dels consumidors (punt 40 de l'Estratègia), els governs tenen la responsabilitat de posar en marxa polítiques públiques que millorin tant la qualitat de la dieta dels ciutadans com la seguretat i la sostenibilitat dels aliments i de l'agricultura, utilitzant polítiques actives, com ara la promoció de productes alimentaris en concordança amb una dieta saludable per mitjà de la reformulació dels aliments, l'aplicació d'impostos, la concessió de subvencions o la fixació directa de preus com a eines per promoure l'alimentació sana i l'adopció d'hàbits de vida saludables (punt 41 de l'Estratègia).

Aquesta idea s'ha anat repetint de manera emfàtica en els darrers anys: la mateixa OMS va elaborar —en el marc del seu comitè regional per a Europa— un pla d'acció per a la prevenció i el control de malalties no transmissibles<sup>1</sup> en què s'enuncien prioritats semblants.

A la Unió Europea, el full de ruta per a l'acció per a la millora dels productes alimentaris (*Road Map for Action on Food product Improvement*) té com a objectiu accelerar els compromisos de la indústria amb la reformulació d'aliments i begudes, si bé deixa en mans dels estats membres i del sector privat l'adopció de mesures concretes.

Tal com il·lustren les iniciatives dutes a terme darrerament en alguns països veïns, correspon als poders públics exercir les seves competències reguladores, executives i d'informació a l'opinió pública a fi d'aturar les conseqüències negatives per a la salut i el medi ambient que el sistema alimentari actual comporta. Així, per exemple:

---

<sup>1</sup> Actualitzat per al període 2016-2020 mitjançant el *working document* EUR/RC66/11.

- Els poders públics poden prohibir determinats aliments. Així ho va fer Dinamarca amb els àcids grassos *trans*, mentre que al nostre país —i a la resta de la Unió Europea— es va preferir l'autoregulació de la indústria. Com a resultat, a Dinamarca la mortalitat a causa de malalties cardiovasculars relacionades amb la ingesta d'aliments amb greixos *trans* està disminuint en major mesura que a la resta del continent.
- Els poders públics també poden prohibir determinades pràctiques. Així ho acaba de fer França en impedir per llei que els establiments de restauració ofereixin begudes ensucrades gratuïtament després del pagament de la primera beguda.
- L'Administració pública pot incidir en el consum per mitjà de la política de preus o bé mitjançant incentius —*nudges*, en anglès—. Per exemple, es poden establir mesures fiscals específiques per a determinats productes alimentaris el consum dels quals és recomanable moderar, com ja es fa al nostre país respecte de les begudes alcohòliques, i el mateix podria fer-se respecte d'altres productes. Pot, també, intervenir en la reducció del preu de fruites i verdures i en l'encariment de productes el consum dels quals convé moderar per motius de salut o pel seu impacte ambiental. Les autoritats han d'assumir el paper que han abandonat quan han deixat a la indústria el monopoli de la informació i el control sobre els consumidors.

No obstant això, fins avui ni Espanya ni Catalunya<sup>2</sup> han establert —dins les seves competències respectives— mesures reguladores específicament orientades a limitar, per mitjà d'instruments legals, la utilització per part de la indústria alimentària de pràctiques que sovint són contràries a l'interès de la ciutadania, ja sigui perquè afecten de forma negativa la salut, atès que no satisfan les expectatives de qualitat dels consumidors, o bé perquè tenen un fort impacte en el medi ambient. La qüestió ha estat restringida a l'àmbit de l'autoregulació i la responsabilitat social corporativa, la qual cosa ha tingut com a resultat un compromís feble i desigual per part dels operadors.

La utilitat d'aquests instruments ha estat raonablement posada en dubte tant per organitzacions de consumidors com per altres entitats de la societat civil, ja que —sota el paraigua d'un suposat autocontrol de la indústria per

---

<sup>2</sup> Amb l'excepció de la mobilització recent, tant en l'àmbit autonòmic com en l'estatal, per una futura tributació especial per a les begudes carbonatades amb alt contingut de sucre, esdevinguda el quart trimestre de 2016.

---

la indústria— les mesures preses de forma voluntària han emparat de forma continuada actuacions no sempre favorables als interessos dels consumidors i a la salut pública.

La política de protecció dels consumidors al nostre país es basa en la vigilància dels aliments presents al mercat i en la inspecció dels establiments alimentaris, i atorga un paper fonamental a la regulació de la informació alimentària que el consumidor rep a través de l'etiquetatge i la publicitat dels aliments. A l'empara de reglaments comunitaris, s'han establert normes que afecten la informació que ha d'aparèixer obligatòriament en l'etiquetatge, alhora que s'han establert determinades prohibicions que limiten els reclams publicitaris que es poden utilitzar en comunicacions comercials. No obstant això, en una societat digital caracteritzada per l'accés a les fonts d'informació i els continguts més diversos en els mitjans de comunicació global i en les eines digitals, una política basada exclusivament en el contingut de l'etiqueta té poc sentit.

## **1. La funció limitada però fonamental de la informació alimentària**

En el marc dels esforços per limitar els riscos alimentaris després de la coneguda crisi de la malaltia de les «vaques boges», les autoritats competents han engegat un sistema complex d'institucions i normes jurídiques que pretén garantir la innocuïtat dels aliments mitjançant la vigilància constant del mercat d'aliments i la consagració del principi de la corresponsabilitat dels operadors. Aquest principi obliga els explotadors d'empreses alimentàries a vetllar perquè els aliments compleixin els requisits de la legislació alimentària en totes les etapes de la producció, la transformació i la distribució en les empreses sota el seu control, i a verificar que es compleixen efectivament aquests requisits.<sup>3</sup> Espanya va ser pionera en aquest tipus d'iniciatives perquè ja el 1981 va crear un marc previ que, a partir de la síndrome tòxica, va suposar la posada en funcionament d'un sistema de vigilància que no existia en el nostre entorn.

Darrerament, però, les autoritats han reconegut la necessitat de garantir no solament la seguretat dels aliments, sinó també la seva qualitat. I és que,

---

<sup>3</sup> D'acord amb l'article 17.1 del Reglament 178/2002, del Parlament Europeu i del Consell, de 28 de gener de 2002, pel qual s'estableixen els principis i els requisits generals de la legislació alimentària, es crea l'Autoritat Europea de Seguretat Alimentària i es fixen els procediments relatius a la seguretat alimentària.

pel que fa a l'alimentació, la primera preocupació dels consumidors se centrava, el 2010,<sup>4</sup> en la qualitat dels aliments que consumien. En aquest sentit, el conegut escàndol de la carn de cavall va contribuir a minar la confiança del consumidor en la veracitat de la informació de les etiquetes dels aliments. Sota aquest nou paradigma, és fonamental que en la producció de l'aliment es respectin les expectatives dels ciutadans pel que fa a la qualitat del producte, incloent-hi tot el que té a veure amb el sistema productiu empleat. Les característiques relatives a la qualitat han de ser constatables en l'etiquetatge i en la informació alimentària.

La tesi fonamental dels poders públics en aquest àmbit és que la informació alimentària permet garantir la llibertat del consumidor de fer eleccions alimentàries informades. Així, si el ciutadà consumeix aliments poc saludables o produïts en condicions que no han tingut en compte valors socialment compartits (com la sostenibilitat o el benestar animal, per exemple), això ocorre en el context d'una elecció individual de la qual el ciutadà és responsable. L'etiqueta l'informa i, malgrat això, va decidir consumir-los.

No obstant això i tal com palesa el coneixement científic i ha estat posat de manifest de forma continuada tant per les organitzacions internacionals que actuen en aquesta matèria —l'Organització Mundial de la Salut i l'Organització per a l'Alimentació i l'Agricultura— com per les autoritats espanyoles i catalanes, les eleccions alimentàries no responen únicament —ni principalment— a condicionants relatius a la informació disponible.

Se sap que els hàbits alimentaris no són triats individualment i lliurement, sinó que estan íntimament lligats a fenòmens socioeconòmics que reflecteixen plantejaments ètics i valors socials i culturals. La informació té un paper limitat en les eleccions alimentàries, ja que altres factors —com el màrqueting, la situació del moment de compra, el preu o l'entorn socio-cultural— contribueixen en igual o major mesura a les decisions de compra per part dels consumidors. A més, les eleccions alimentàries estan lligades a la posició socioeconòmica tant individual com de l'entorn social, qüestió que condiciona la capacitat de l'individu d'assumir el preu de determinats aliments. El fet és que en certs entorns no existeixen gaires opcions individuals o col·lectives per evitar algunes conductes no saludables.

---

<sup>4</sup> Dada obtinguda de l'*Special Eurobarometer 2010 «Food-related risks»*, accessible aquí: [http://ec.europa.eu/public\\_opinion/archives/ebs/ebs\\_354\\_en.pdf](http://ec.europa.eu/public_opinion/archives/ebs/ebs_354_en.pdf). Encara no s'ha publicat una versió actualitzada d'aquesta enquesta.

---

A més, en una societat digitalitzada que exposa els seus ciutadans al flux constant d'informació per mitjà de canals molt diversos, ja no és possible sostenir que l'etiqueta del producte alimentari és el canal principal per mitjà del qual els consumidors obtenen informació rellevant per fer les seves eleccions. Només cal tenir en compte que la premsa audiovisual i escrita, juntament amb els nous canals de comunicació digital no convencional —per exemple, blocs o xarxes socials, aplicacions mòbils (apps), revistes digitals, recursos de formació amb accés obert...— promouen entre els seus continguts predilectes els que tenen a veure amb la seguretat i la qualitat dels aliments.

## **2. La regulació de la publicitat i l'etiquetatge dels aliments**

Des de la implantació de la política europea «de la masia a la taula» s'ha aprovat una normativa abundant i complexa que regula l'etiquetatge i la publicitat de productes alimentaris en general, però també de productes sensibles com ara els destinats a l'alimentació infantil, els aliments de producció ecològica o els productes d'origen animal. L'objectiu de la Unió Europea —per mitjà de la regulació legal de termes específics que fan referència a les característiques de la producció de l'aliment o a la seva aportació nutricional— és permetre que el consumidor triï de manera informada com vol gestionar la seva alimentació i així evitar riscos per a la seva salut. No obstant això, si bé mesures com l'obligació d'incloure la llista completa d'ingredients o la identificació de l'operador han millorat substancialment la seguretat, la legislació actual és sovint poc útil a l'hora de facilitar eleccions informades pel que fa a la qualitat dels productes.

Un factor rellevant per valorar l'eficàcia de la legislació sobre informació alimentària, a fi de permetre eleccions informades, és que una part dels europeus es mostren reticents a confiar-se de la informació facilitada per la indústria. En aquest sentit, si bé l'enquesta europea esmentada ens diu que la majoria dels europeus confien en la informació facilitada pels agricultors, també reflecteix que els ciutadans tendeixen a desconfiar respecte de la informació oferta per la resta d'operadors de la cadena alimentària.

El problema de fons rau, per consegüent, en la manera de traslladar aquesta informació a la societat perquè d'una forma lliure i responsable pugui triar entre un tipus d'aliment o un altre. És obvi que el sistema d'etiquetatge tradicional no és suficient, entre altres coses perquè al costat dels factors estrictament nutricionals o sanitaris cal tenir en compte elements antropològics, ideològics i polítics que enterboleixen els debats.

La taula següent permet identificar exemples paradigmàtics d'aquesta situació de desconexió entre la definició legal i la que fa servir la major part de la població:

**Taula 1.** Diferències entre la definició legal i l'accepció socialment reconeguda de conceptes clau de l'etiquetatge d'aliments

Concepte	Accepció socialment reconeguda	Significat legal a la UE	Referència legal
<b>Ecològic</b>	Dit d'un producte o d'una activitat que no és perjudicial per al medi ambient (RAE, accepció 2). Sinònim de <i>sostenibilitat ambiental</i> .  Un producte ecològic com un producte sostenible.	Elaborat d'acord amb els mètodes de producció establerts en el Reglament de la UE, en totes les etapes de la producció, preparació i distribució.  En especial, això es concreta en la prohibició d'ingredients o components transgènics, la prohibició de radiacions ionitzants i l'estricta limitació de l'ús de procediments de síntesi.	Reglament 834/2007, del Consell d'Europa, de 28 de juny de 2007, sobre producció i etiquetatge dels productes ecològics.
<b>Biològic</b>	Natural o que implica respecte al medi ambient, ja que evita l'ús de productes químics (RAE, accepció 2).	Sinònim d' <i>ecològic</i> .	Reglament 834/2007, del Consell d'Europa, de 28 de juny de 2007, sobre producció i etiquetatge dels productes ecològics.
<b>País d'origen de l'aliment</b>	País en el qual es duu a terme el procés de producció i obtenció de matèries primeres.  País de procedència de l'ingredient primari.	Amb caràcter general, país en el qual es duu a terme el procés de producció, creixement o envasament, independentment de l'origen o la procedència de l'ingredient primari.	Reglament 1169/2011, de la UE, sobre la informació alimentària que es facilita al consumidor.

(Continua a la pàgina següent.)



Concepte	Accepció socialment reconeguda	Significat legal a la UE	Referència legal
<b>Light</b>	<p>Contingut reduït de sucre o de valor energètic.</p> <p>Expressió associada amb la valoració del producte com a saludable, en relació amb altres de semblants.</p>	<p>Un dels nutrients ha quedat reduït, com a mínim, en un 30% en comparació amb un producte semblant, excepte en el cas dels micronutrients, en què s'admet una diferència del 10% en els valors de referència establerts en la Directiva 90/496/CEE, així com per al sodi, o el valor equivalent per a la sal, en què s'admet una diferència del 25%.</p> <p>La reducció d'un nutrient pot comportar un augment d'altres nutrients en l'aliment. Reglament 1924/2006, del Parlament Europeu i del Consell, de 20 de desembre de 2006.</p>	<p>Reglament 1924/2006, del Parlament Europeu i del Consell, de 20 de desembre de 2006, relatiu a les declaracions nutricionals i de propietats saludables en els aliments.</p>
<b>Sense</b>	<p>Sense greix. Sense sucre. Sense aportació energètica.</p> <p>Associat amb l'absència d'un nutrient, per tant s'espera un contingut del 0%.</p> <p>Expressió associada amb la valoració del producte com a saludable en relació amb altres de semblants.</p>	<p>Solament es pot declarar que un aliment no conté greixos, així com qualsevol altre ingredient que pugui tenir el mateix significat per al consumidor, si el producte no conté més de 0,5 g de greix per 100 g o 100 ml.</p> <p>Solament es pot declarar que un aliment no conté sucres, així com qualsevol altre ingredient que pugui tenir el mateix significat per al consumidor, si el producte no conté més de 0,5 g de sucre per 100 g o 100 ml.</p> <p>La reducció del nutrient pot comportar un augment d'altres nutrients en el mateix aliment.</p>	<p>Reglament 1924/2006, del Parlament Europeu i del Consell, de 20 de desembre de 2006, relatiu a les declaracions nutricionals i de propietats saludables en els aliments.</p>

(Continua a la pàgina següent.)

<b>Concepte</b>	<b>Accepció socialment reconeguda</b>	<b>Significat legal a la UE</b>	<b>Referència legal</b>
<b>Alt contingut</b>	<p>Amb una major presència d'un nutrient concret.</p> <p>Expressió associada amb la percepció que la major presència del dit nutrient comporta un major benefici per a la salut.</p>	<p>Per a vitamines i minerals, és admissible si el producte conté com a mínim el doble de la quantitat significativa segons el Reglament 1169/2011.</p> <p>Per a altres nutrients (per exemple, fibra o proteïna), segons el contingut regulat pel Reglament 1924/2006 del Parlament Europeu i del Consell, de 20 de desembre de 2006, relatiu a les declaracions nutricionals i de propietats saludables en els aliments.</p> <p>No es té en compte la capacitat d'assimilació del nutrient per l'individu.</p>	<p>Reglament 1924/2006, del Parlament Europeu i del Consell, de 20 de desembre de 2006, relatiu a les declaracions nutricionals i de propietats saludables en els aliments.</p>
<b>Natural</b>	<p>Que hi és tal com es troba en la naturalesa, o que no té mescla o elaboració (RAE, accepció 2).</p> <p>Sense additius ni l'aplicació de processos tecnològics.</p>	<p>No regulat en general.</p> <p>Està regulat i associat amb declaracions nutricionals quan un aliment reuneixi de forma natural la condició o les condicions establertes per a l'ús d'una declaració nutricional (per exemple, «naturalment ric en fibra»).</p>	<p>No regulat.</p> <p>Reglament 1924/2006, del Parlament Europeu i del Consell, de 20 de desembre de 2006, relatiu a les declaracions nutricionals i de propietats saludables en els aliments.</p>
<b>Tradicional / casolà</b>	<p>Elaborat sense l'aplicació de processos o ingredients tecnològics.</p>	<p>No regulat.</p>	<p>No regulat.</p>

*(Continua a la pàgina següent.)*

<b>Concepte</b>	<b>Accepció socialment reconeguda</b>	<b>Significat legal a la UE</b>	<b>Referència legal</b>
<b>Data de durada mínima i data de caducitat</b>	<p>Sovint considerats sinònims, els consumidors han entès que un aliment no s'ha de consumir un cop superada la data indicada.</p> <p>Aquest esment constitueix un exemple de la necessitat d'informar i educar els consumidors respecte dels significat legal dels conceptes que apareixen en l'etiquetatge.</p>	<p>La «data de durada mínima d'un aliment» és la data fins la qual l'aliment conserva les seves propietats específiques quan s'emmagatzema correctament.</p> <p>En el cas d'aliments microbiològicament molt peribles i que per això mateix puguin suposar un perill immediat per a la salut humana després d'un període curt de temps, la data de durada mínima s'ha de canviar per la data de caducitat.</p> <p>Després de la seva «data de caducitat», l'aliment no es pot considerar segur.</p>	Reglament 1169/2011, de la UE, sobre la informació alimentària facilitada al consumidor.
<b>Sense conservants ni colorants</b>	Expressió associada amb l'absència d'additius.	<p>No regulat.</p> <p>Davant el buit legal, es considera un esment vàlid, encara que el producte alimentari incorpori additius amb funcions tecnològiques (per exemple, edulcorants o espessants) diferents dels esmentats, d'acord amb el principi de no confusió.</p>	No regulat.

Elaboració de M.<sup>a</sup> José Plana.

La confusió que genera la desconexió entre les definicions legalment acceptades i l'accepció identificada pel consumidor no és banal perquè genera equívocs que poden esbiaixar la decisió de compra cap a aliments més cars, com passa per exemple:

- 1) En considerar que l'aliment ecològic —que evita en la seva producció l'ús de determinades substàncies i ingredients— té un impacte ambiental menor que els que no ho són.
- 2) En considerar que un aliment etiquetat com a espanyol o català suposa que tot el procés productiu s'ha dut a terme en aquests territoris.
- 3) En considerar que consumir productes en els quals apareixen declaracions nutricionals o de propietats saludables garanteix el consum d'aliments saludables.

En aquest sentit, el *principi de no confusió* empara actuacions per part de les autoritats competents tendents a evitar que s'indueixi a errors com els descrits anteriorment. Sobre la base d'aquest principi, no n'hi ha prou que la publicitat i l'etiquetatge compleixin amb la literalitat de la llei, sinó que s'han de considerar no adequats al dret aquells missatges respecte dels quals hom pot suposar raonablement que indueixen a error el ciutadà i que, a més, constitueixen pràctiques comercials deslleials perquè són enganyoses.<sup>5</sup> A més, la regulació comunitària prohibeix de forma general l'ús d'informació que pugui induir a error el comprador o que atribueixi virtuts medicinals als aliments.

La decisió de compra mal informada no solament implica un enriquiment injust dels operadors a costa de la bona fe del consumidor, sinó que, a més a més, pot tenir conseqüències importants per a la salut. Això ocorre, per exemple, quan el consumidor interpreta que el consum d'aliments que són objecte de declaracions nutricionals o de propietats saludables com les incloses en la taula anterior forma part d'un hàbit de vida saludable. Lluny de complir amb l'objectiu de protecció del consumidor, aquests esments es

---

<sup>5</sup> En particular, l'article 7 del Reglament núm. 1169/2011 de la Unió Europea sobre la informació alimentària que es faciliti al consumidor estableix:

«La informació alimentària no induirà a error, en particular:

- a) sobre les característiques de l'aliment i, en especial, sobre la naturalesa, identitat, qualitats, composició, quantitat, durada, país d'origen o lloc de procedència, i manera de fabricació o d'obtenció;
- b) en atribuir a l'aliment efectes o propietats que no posseeix;
- c) en insinuar que l'aliment posseeix característiques especials, quan, en realitat, tots els aliments semblants posseeixen aquestes mateixes característiques, en particular posant especialment en relleu la presència o absència de determinats ingredients o nutrients;
- d) en suggerir, mitjançant l'aparença, la descripció o representacions pictòriques, la presència d'un determinat aliment o ingredient, quan en realitat un component present de forma natural o un ingredient utilitzat normalment en aquest aliment ha estat substituït per un component o un ingredient diferent.»

---

converteixen en bastons a les rodes per als que volen cuidar la seva salut o gestionar la seva malaltia triant aliments aparentment saludables.

La situació és especialment escandalosa pel que fa als esments relatius a l'impacte ambiental dels aliments, per la qual cosa, malgrat que la configuració legal de la producció ecològica no remarca la sostenibilitat ambiental de l'aliment durant totes les seves fases de producció, el consumidor mitjà relaciona freqüentment aliment ecològic amb un menor impacte en el medi ambient. Tanmateix, això no és necessàriament així, perquè els acords internacionals permeten que, per exemple, un aliment ecològic fabricat en un altre continent pugui etiquetar-se com a ecològic legalment a Europa, malgrat l'empremta de carboni associada al seu transport. El mateix passa respecte d'aquells aliments fabricats a partir d'aliments de producció ecològica però en els quals la resta de processos (despesa d'aigua, gas, generació de residus, materials d'envasament) comporten importants costos ambientals. I és que, tal com s'indica en la taula anterior, ecològic no sempre equival a sostenible.

Resulta especialment significatiu el fet que la legislació sobre etiquetatge de la Unió Europea —de la mateixa manera que en altres regions del món— se centra a regular i permetre la utilització en els suports comercials d'esments a aspectes positius de l'aliment o del seu procés de producció. En canvi, no s'ha consolidat l'ús de l'etiqueta com a vehicle per informar els consumidors de les pràctiques o els elements perjudicials per a la salut —com sí que es fa amb el tabac o l'alcohol—, escassament respectuosos amb el benestar animal o nocius per al medi ambient que hagin tingut lloc en el procés productiu.

Pel que fa a informar sobre els riscos per a la salut, si bé en l'actualitat existeix una taula d'informació nutricional dissenyada legalment, cap norma jurídica estableix mecanismes perquè el consumidor pugui contextualitzar la informació nutricional negativa del producte (per exemple, integrant en l'etiqueta avisos respecte de la necessitat de limitar-ne el consum). Aquest és el sentit de la incorporació a Xile d'etiquetes negres en els productes alimentaris, en les quals es remarquen els alts continguts de sucre, greixos, calories o sodi dels aliments. Aquesta iniciativa ha estat duta a terme en formats similars per altres països del nostre entorn, com el Regne Unit, emprant el que es coneix com a semàfors nutricionals, però sempre ha estat rebutjada per la indústria espanyola.

Pel que fa a evidenciar els costos no visibles del sistema alimentari, destaca la legislació relativa al marcatge d'ous per al consum humà, que exigeix que s'informi si l'ou prové d'una gallina criada en una gàbia, al corral, al camp o en un sistema de producció ecològica. Aquesta mesura només exigeix que aquesta informació es doni mitjançant un codi numèric (3, 2, 1

o 0) imprès a la closca de les unitats i que s'insereix a l'etiqueta, però que freqüentment queda amagada pels múltiples esments addicionals que fan poc visible aquesta informació. I és que, o bé per les seves característiques o pel seu impacte ambiental, el tracte rebut pels animals, els costos socials de la producció, o pels seus potencials efectes nocius per a la salut, l'etiqueta pot convertir-se en el vehicle apropiat perquè el ciutadà visualitzi les conseqüències de les seves opcions i decisions alimentàries.

Les poques referències als aspectes ambientals o socials s'han de buscar en els segells privats que poden incorporar-se de forma voluntària a l'etiquetatge i que són d'allò més variat: sobre l'empremta hídrica o de carboni de l'aliment, sobre el benestar animal o sobre el comerç just; no obstant això, la seva validesa no és controlada per cap institució pública i pot ser objecte de mercadeig. Aquestes certificacions tenen com a objectiu remarcar les característiques aparentment positives del producte alimentari, alhora que fan poc o gens visibles —una vegada més— els processos negatius que implica la producció industrial actual.

La conseqüència de tot això és clara: no solament el ciutadà-consumidor no afronta la realitat del sistema alimentari, sinó que els operadors no tenen prou estímuls per canviar els seus processos productius cap a un sistema més saludable, just i sostenible.

### **3. Internet i les tecnologies de la informació i la comunicació com a eines de generació de continguts sobre alimentació**

Per mitjà de la xarxa, consumidors amb inquietuds nutricionals i ètiques busquen de forma activa informació sobre aliments i productes alimentaris específics. Juntament amb les fonts públiques i empresarials d'informació alimentària, múltiples actors proporcionen al consumidor informació addicional que, sovint, és més accessible en el món digital: blocs sobre nutrició, aplicacions digitals d'agregació de dades, activistes alimentaris, organitzacions de la societat civil i fins i tot lobbys amb interessos específics aprofiten la llibertat de la xarxa per enviar els seus propis missatges sobre alimentació.

Com es diu en el *Document sobre l'accés responsable a la informació jurídic-bioètica en xarxa*, elaborat pel Grup d'Opinió de l'Observatori de Bioètica i Dret i publicat el maig de 2012,

Sense cap mena de dubte, el desenvolupament que les Tecnologies de la Informació i les Comunicacions han aconseguit en l'última dècada aporta indis-

---

cutibles beneficis al moment d'adquirir, contrastar i intercanviar informació d'una manera fluida i constant. [...] La manca de fiabilitat i la descontextualització poden portar, i això tant als autors com als lectors, a la generació d'opinions errònies i plantejaments equivocats que van en detriment d'un diàleg fonamentat en bases científiques sòlides, la qual cosa influeix negativament i pot dur a l'adopció de decisions desencertades en les polítiques públiques i en les noves normatives.<sup>6</sup>

Els problemes de fiabilitat i descontextualització són especialment evidents pel que fa a la informació sobre seguretat i qualitat dels aliments. Respecte de la descontextualització, el fet que la normativa alimentària —lluny de ser homogènia— estableixi diferents nivells de seguretat —pràctiques permeses o prohibides que varien a cada país—, afavoreix anàlisis i valoracions que poden portar a interpretacions equívocues. Així, per exemple, arriben al ciutadà europeu, a través d'Internet, campanyes que denuncien l'ús d'hormones en animals per al consum humà —prohibides a la Unió Europea— sobre la base de fets ocorreguts als Estats Units, on aquesta pràctica sí que està permesa.

D'altra banda, respecte de la fiabilitat de la informació de què hom disposa, es dona la circumstància que sovint els consumidors no perceben els riscos derivats d'una mala informació sobre alimentació. En aquest sentit, són habituals els blocs i les pàgines web sobre alimentació i salut obertament dirigits per persones que no tenen formació específica en la matèria però que malgrat això recomanen als seus seguidors<sup>7</sup> patrons alimentaris, marques o fins i tot boicots basats en informació no contrastada, incompleta o sense esmentar-ne les fonts. Aquesta conducta no és imputable exclusivament al ciutadà, ja que els canvis de tendències en les recomanacions alimentàries amb el pas del temps, així com l'àmplia varietat de professionals relacionats amb l'alimentació, que no sempre comparteixen criteris i objectius, afavoreixen la percepció, per part del consumidor, que les recomanacions en matèria d'alimentació responen a modes, en lloc de ser el resultat de recerques científiques sòlides i contrastades.

A més, com ja s'ha esmentat, és freqüent trobar tant en la premsa escrita com en els mitjans audiovisuals en general espais que tracten diferents temàtiques relacionades amb la seguretat i la qualitat alimentària avalats per persones que no procedeixen de l'entorn sanitari, ni del científicotècnic. Molt

---

<sup>6</sup> Vegeu: [www.bioeticayderecho.ub.edu/ca/document-sobre-laccs-responsable-la-informacio-juridico-bioetica-en-xarxa-0](http://www.bioeticayderecho.ub.edu/ca/document-sobre-laccs-responsable-la-informacio-juridico-bioetica-en-xarxa-0).

<sup>7</sup> D'acord amb el nombre de vegades que es comparteix la publicació i el nombre de seguidors que es mostra en el web.

sovint apareixen, en llocs destacats de la premsa generalista, articles relatius a suposats avenços científics que vinculen la ingesta d'un aliment a efectes preventius potencials i curatius de malalties greus i que s'han redactat prescindint dels estàndards editorials de qualitat propis de la comunicació científica, els professionals de la qual alerten sobre l'augment en els últims anys de pràctiques allunyades del rigor professional que cal esperar en les notícies de contingut científicotècnic.

Tanmateix, cal assenyalar que existeixen iniciatives com eEurope 2002, on la Comissió Europea ja va establir criteris de qualitat per als llocs web relacionats amb la salut. Actualment existeixen nombrosos sistemes públics o privats de certificació de la qualitat dels continguts de pàgines de contingut sanitari. No obstant això i fins avui, els proveïdors de continguts sobre seguretat i qualitat alimentària, i sobre alimentació i salut, no s'han plantejat fer un esforç equivalent al realitzat per les institucions europees, malgrat que les previsions de eEurope els són perfectament aplicables:

Quan es facilitin consells o informació sobre malalties, estils de vida o medicacions particulars, ha de ser transparent per a l'usuari del lloc web el fet que els productors dels productes aquí recomanats de manera implícita o explícita hi hagin aportat finançament.<sup>8</sup>

Cal exigir als proveïdors de continguts d'aquest àmbit, independentment que existeixi o no una relació econòmica entre el proveïdor del contingut i el consumidor, que respectin principis com els de transparència, actualització i rendició de comptes sobre els continguts relacionats amb la seguretat i la qualitat dels aliments, així com amb el binomi alimentació-salut.

A més, és notori l'impacte que la comunicació digital està tenint sobre la relació entre professionals sanitaris i operadors de la indústria alimentària. Si bé la comunicació entre professionals sanitaris i empreses farmacèutiques, pel que fa a la promoció i publicitat de medicaments, ha estat objecte d'una regulació que vetlla per garantir la informació completa al professional sanitari, aquests instruments no són d'aplicació als complements alimentaris i els aliments funcionals. Aquesta circumstància ha portat a un augment de les iniciatives comercials dirigides al professional sanitari, facilitades gràcies

---

<sup>8</sup> Subapartat 2.1 de la *Comunicació de la Comissió al Consell, al Parlament Europeu, al Comitè Econòmic i Social i al Comitè de les Regions – eEurope 2002: criteris de qualitat per als llocs web relacionats amb la salut.*



---

al correu electrònic i altres eines digitals. Davant l'alarmant nombre de contactes, així com la seva agressivitat, unit a la proliferació de recerques complexes sobre aliments funcionals publicades i remeses pels mateixos operadors als professionals sanitaris, el Tribunal de Justícia de la Unió Europea ha arribat a la conclusió que el coneixement científic d'aquests professionals no els protegeix enfront de conductes que desdibuixen els límits entre la comunicació científica i la comercial. Com diu el tribunal esmentat,

No es pot partir de la base que els dits professionals poden disposar contínuament de tots els coneixements científics, especialitzats i actualitzats, necessaris per avaluar cadascun dels aliments i de les declaracions nutricionals i de propietats saludables emprats en l'etiquetatge, la presentació d'aquests aliments o la publicitat que se'n fa. [...] No pot excloure's que els mateixos professionals de la salut es vegin induïts a error a través de declaracions nutricionals i de propietats saludables falses, ambigües o enganyoses. Així doncs, aquests professionals de la salut corren el risc de transmetre, de bona fe, informació errònia relativa als aliments objecte de la comunicació comercial als consumidors finals amb els quals es relacionen. Aquest risc és encara major si es té en compte que aquests professionals poden, a causa de la relació de confiança que generalment existeix entre ells i els seus pacients, exercir una influència significativa sobre aquests darrers.<sup>9</sup>

Tenint en compte que els ciutadans europeus confien en primer lloc en el seu metge i en general en els professionals sanitaris per informar-se sobre els riscos relacionats amb l'alimentació,<sup>10</sup> és necessari combatre la situació de vulnerabilitat en què aquests professionals es poden trobar.

Davant la confiança que diposita el ciutadà en els professionals sanitaris, és pertinent qüestionar que les societats mèdiques avalin productes alimentaris que poden ser percebuts pel consumidor com a beneficiosos per al seu organisme —pel fet d'incloure declaracions de propietats saludables, però malgrat contenir ingredients o substàncies poc recomanables— independentment de la resta de la seva composició nutricional.

Internet afavoreix igualment la difusió de mites sobre els riscos de determinats aliments, mites que manquen de base científica. Falses notícies, difoses per mitjà de la xarxa i de les eines que ofereixen les tecnologies de la informació i la comunicació, fan creure a un gran nombre de persones que

---

<sup>9</sup> Sentència del Tribunal de Justícia (Sala Tercera) de 14 de juliol de 2016, *Verband Sozialer Wettbewerb eV contra Innova Vital GmbH*.

<sup>10</sup> D'acord amb l'Eurobaròmetre ja esmentat, el 84% dels enquestats confia, en primer lloc, en els professionals sanitaris a l'hora d'informar-se sobre alimentació i salut.

el consum d'un aliment és perillós o bé que té propietats guaridores, però el que es busca és que aquestes notícies siguin ràpidament compartides i els operadors puguin aconseguir així el seu objectiu final: obtenir les dades d'aquestes persones (per exemple, el correu electrònic).

Les eines digitals poden convertir-se en una font d'informació ordenada a l'abast del ciutadà que li permeti prendre el control del sistema alimentari i recuperar la confiança en la seguretat del sistema de control i vigilància alimentària. Cada cop hi ha més aplicacions digitals que utilitzen dades massives i aplicacions mòbils de salut (*mHealth*) sobre alimentació i hàbits de vida saludables, que en general es descarreguen de forma aparentment gratuïta però que en realitat el ciutadà paga quan facilita les seves dades personals. En aquest sentit, no són pocs els projectes que en diversos països de la Unió Europea utilitzen l'anàlisi de dades massives en llocs web públics per oferir a la ciutadania informació sobre l'estat de la seguretat alimentària al seu territori. És especialment remarcable, a Eslovàquia, el projecte SVFA, portal dels controls oficials veterinaris, que permet accedir a les dades oficials de les inspeccions veterinares que s'han dut a terme en aquell país, un cop han acabat les inspeccions. El seu web<sup>11</sup> s'ha convertit, d'acord amb la informació de la Comissió Europea, en un dels webs de l'Administració pública més consultats pels ciutadans, que també participen d'aquesta iniciativa per mitjà d'un formulari que permet interactuar amb l'autoritat competent.

No obstant això, creiem que és necessari posar una atenció especial en els usos i el funcionament d'aquelles eines a les quals —unint dades massives i aplicacions mòbils sobre estils de vida saludable— l'usuari proporciona infinitat de dades a canvi d'accés a la tecnologia. Tal com l'Observatori de Bioètica i Dret va alertar en ocasió del *Document sobre bioètica i Big Data de salut*,

Les evidències tècniques ja ens mostren que és possible reidentificar persones concretes a partir de les dades d'un conjunt de dades (*dataset*) al qual s'han aplicat tècniques d'anonimització (o desidentificació). [...] No obstant això, entre nosaltres no s'ha consolidat la consciència social de la importància de protegir les dades i la seva relació amb el dret fonamental a la intimitat i a la no discriminació.<sup>12</sup>

Convé, per tant, evitar que el ciutadà —suposadament empoderat— es torni dòcil i quedi al descobert, nu i vulnerable.

---

<sup>11</sup> Aquesta pàgina web (en eslovè) pot consultar-se aquí: [www.svps.sk/puk/](http://www.svps.sk/puk/).

<sup>12</sup> Vegeu: [www.bioeticayderecho.ub.edu/ca/document-sobre-bioetica-i-big-data-de-salut-exploracio-i-comercialitzacio-de-les-dades-dels-usuaris](http://www.bioeticayderecho.ub.edu/ca/document-sobre-bioetica-i-big-data-de-salut-exploracio-i-comercialitzacio-de-les-dades-dels-usuaris).

---

#### 4. Els poders públics com a vigilants del sistema

Davant una ciutadania implicada en la consecució d'hàbits de vida i d'alimentació saludables i sostenibles, i respectuosa amb els seus plantejaments ètics, és necessari analitzar la utilitat i les mancances dels mecanismes que garanteixen una relació honesta entre consumidor, empresa alimentària i Administració pública, com a garant dels drets del consumidor. El Grup d'Opinió de l'Observatori de Bioètica i Dret vol remarcar que la manca de garanties efectives en l'aplicació de les lleis genera desconfiança en el consumidor tant respecte de l'actuació de la indústria com respecte de la capacitat dels poders públics per protegir els drets dels consumidors.

A la vista de diversos incidents esdevinguts, les administracions estan posant èmfasi a fer públiques i reforçar les iniciatives dirigides a controlar possibles fraus —ententent per frau l'incompliment de la legislació alimentària amb la intenció d'induir a error o a engany el consumidor i amb una motivació de benefici econòmic.

No obstant això, existeix freqüentment una situació d'impunitat enfront de pràctiques que —sense constituir un frau pròpiament dit— indueixen a error el consumidor, tant per incompliments —aparentment menors— relatius a la legislació sobre informació alimentària, com per usos controvertits d'aquesta darrera. Mostra d'això són els nombrosos exemples que hi ha al mercat d'etiquetatges o publicitat enganyosos, que indueixen a confusió o a error respecte de les característiques dels productes però que el poder públic encara no ha aconseguit bandejar. Si bé les pràctiques esmentades acrediten la voracitat de la indústria alimentària, fins avui l'actuació de les administracions espanyola i catalana ha estat tímida, o ha tingut poc èxit, a l'hora de protegir el dret de la ciutadania a disposar d'informació clara i veraç.

Aquest Grup d'Opinió vol recordar que actualment la indústria alimentària és el primer lobby de la Unió Europea. Vegeu com a exemple el fet que, en ocasió de la negociació amb els Estats Units del Tractat Transatlàntic de Comerç i Inversions (TTIP), les multinacionals alimentàries, els agrocomerciants i els productors de llavors han tingut més contactes amb el Departament de Comerç de la Comissió Europea que els grups de pressió de la indústria farmacèutica, química, financera i automobilística junts.<sup>13</sup>

---

<sup>13</sup> Corporate Europe Observatory, *Agribusiness is the biggest lobbyist on the EU-US trade deal, new research reveals*, publicat el 8 de juliol de 2014 i accessible aquí: <https://corporateeurope.org/pressreleases/2014/07/agribusiness-biggest-lobbyist-eu-us-trade-deal-new-research-reveals>.

Per tot això, si volem tenir ciutadans informats i que consolidin sistemes alimentaris més segurs, justos i sostenibles, són necessàries tant mesures legislatives, que estableixin sancions dissuasives i proporcionals als beneficis econòmics obtinguts, com una política de vigilància i control independent, contundent i transparent per part dels poders públics.

## CONSIDERACIONS

1. Atès que el sistema educatiu actual no preveu en els currículums educatius l'educació en matèria alimentària, per la qual cosa els ciutadans han d'autoformar-se en tot allò relacionat amb els aliments;
2. Atès que part de la legislació europea en matèria d'informació alimentària és poc útil per generar consumidors informats, ja que la definició legal de determinats conceptes difereix de la idea que el consumidor sol tenir d'aquests;
3. Atès que l'ús de determinats termes en l'etiquetatge d'un producte alimentari (encara que sigui de forma correcta i legal) pot conduir el consumidor a triar productes alimentaris per motius erronis;
4. Atès que, malgrat la importància de facilitar informació alimentària clara i veraç, són freqüents les campanyes de comunicació comercial que indueixen a confusió el consumidor respecte de les característiques del producte alimentari o del seu mètode de fabricació;
5. Atès que en alguns aliments es constata sovint un excés d'informació no rellevant i que en conjunt emmascara la informació que cal facilitar obligatòriament al consumidor, fet que s'agreuja en ocasions pels problemes de llegibilitat d'aquesta informació obligatòria, impresa en una mida legalment establerta que resulta massa petita o bé amb una grafia poc contrastada;
6. Atès que és palès que, en aquest camp, complir amb la legislació no suposa garantir la informació adequada als consumidors;
7. Atès que la legislació actual fa invisibles les circumstàncies negatives que envolten determinats processos productius, tant pel que fa als costos ambientals i socials com pel que fa a la salut;
8. Atès que les sancions administratives no tenen prou pes per evitar etiquetats confusos i que els poders públics no són prou contundents per exigir el compliment de la legislació;
9. Atès que els compromisos adquirits per la indústria mitjançant instruments d'autoregulació i codis de compliment voluntari són insuficients a l'hora de vetllar per la salut pública i limitar l'impacte ambiental del sector agroalimentari;

10. Atès que l'escassa utilitat de la legislació a l'hora d'oferir informació alimentària completa, clara i fiable ha generat desconfiança respecte a l'honestat de la indústria i la independència de les institucions públiques;

11. Atès que aquesta desconfiança ha empès els consumidors a buscar informació alimentària en canals alternatius, en particular a Internet;

12. Atès que existeixen problemes greus respecte de la fiabilitat de la informació alimentària a la xarxa, problemes que empitjoren davant la falta de percepció dels riscos associats a patrons de consum que ha popularitzat el món digital;

13. Atès que la falta d'una correcta contextualització de la informació sobre episodis de crisis alimentàries i pràctiques prohibides augmenta la desconfiança del consumidor en la informació facilitada pels poders públics en el seu entorn immediat;

14. Atès que, actualment, els proveïdors de continguts que operen en aquest àmbit no participen dels sistemes de garantia de la qualitat dels continguts propis dels llocs web relacionats amb la salut;

15. Atès que sovint no existeixen sistemes per a la rendició de comptes entre proveïdor i lector, ni tampoc existeix transparència respecte de les fonts emprades o els interessos comercials dels proveïdors de continguts;

16. Atès que Internet posa a disposició del públic i dels professionals sanitaris un nombre ingent de recerques aparentment científiques, la fiabilitat i qualitat de les quals no sempre és possible verificar;

17. Atès que, mitjançant eines de gestió de dades i comunicació digital, els operadors de la indústria alimentària accedeixen amb relativa facilitat i opacitat als professionals sanitaris, els quals després poden recomanar els seus productes sobre la base d'una informació que no estan en condicions de verificar;

18. Atès que l'ús d'eines basades en dades massives i aplicacions mòbils de salut comporta tant beneficis com riscos a l'hora d'informar i educar els ciutadans.

---

## RECOMANACIONS

Aquest grup d'Opinió fa les recomanacions següents.

Als poders públics:

- 1. Bandejar del mercat les actuacions comercials que indueixin a error el consumidor, aplicant de forma contundent el principi de no confusió establert en la legislació comunitària.*
- 2. Proposar en els fòrums escaients l'adopció de mesures legislatives sobre l'etiquetatge dels aliments a fi que disminueixi la distància entre la definició legal dels conceptes clau de l'etiquetatge i el que entén el consumidor.*
- 3. Avaluar la possibilitat pràctica d'integrar en el marc normatiu vigent regulacions que afavoreixin la introducció de senyals en la publicitat i/o en l'envàs dels productes alimentaris que alertin dels seus eventuals efectes nocius per a la salut, així com de l'impacte ambiental de la producció d'aliments poc sostenibles o contraris als valors compartits.*
- 4. Proporcionar als ciutadans informació objectiva i una opinió independent i transparent sobre alimentació i sistemes alimentaris basada en l'excel·lència.*
- 5. Establir estratègies específiques per implicar la societat en la definició de polítiques públiques dirigides a educar el consumidor respecte de la informació alimentària regulada.*
- 6. Revisar l'ordre de les sancions administratives a fi de reprimir les conductes que afavoreixen la confusió del consumidor, també en l'àmbit digital.*
- 7. Construir un diàleg amb els proveïdors de continguts digitals per millorar el seu compromís amb la qualitat i la seguretat.*
- 8. Vetllar per la protecció dels professionals sanitaris promovent l'aplicació de les regles i bones pràctiques reconegudes en l'àmbit de la promoció i la publicitat de medicaments sense recepta i que miren de limitar la influència excessiva de la indústria en la informació i les comunicacions que aquests professionals reben.*

9. *Revisar la política actual en matèria de transparència i publicitat dels resultats dels controls administratius sobre la seguretat i qualitat dels aliments*, com a mesura per desincentivar pràctiques contràries als interessos de la ciutadania.

A la indústria i als centres de recerca i innovació:

1. *Reconèixer que les empreses són part de la societat i que la finalitat de la seva producció ha d'estar guiada pels interessos públics*. Explicitar quins criteris de responsabilitat social corporativa utilitzen i com influeixen en la fabricació dels seus productes i en la selecció dels canals de comercialització.

2. *Establir associacions digitals responsables* vetllant perquè els llocs web corporatius i les plataformes de comerç electrònic no estiguin associades (mitjançant publicitat, el redireccionament d'enllaços o altres procediments) a proveïdors de continguts que no respectin els criteris adequats de qualitat i actualització de la informació alimentària.

3. *Reforçar la transmissió d'informació dels avenços científics de manera efectiva, clara i veraç*, ja que els riscos també deriven del fet que romanguin invisibles el sentit i les decisions de la recerca i se'n facin evidents els objectius, el finançament, els èxits i els fracassos.

4. *Potenciar la transversalitat de les disciplines acadèmiques i la responsabilitat social compartida* entre els centres de recerca i la indústria.

5. *Crear àmbits —institucionals i en xarxa— on es pugui creuar la informació a fi d'aconseguir la concreció de metodologies i estàndards comparatius en l'avaluació de riscos, i especificar, quan escaigui, els requeriments de privacitat entre projectes competitius*.

6. *Aplicar escrupolosament el principi que requereix que les dades recollides siguin adequades a la finalitat amb què es recaptin*.

7. *Incentivar l'adopció, per part de la indústria i dels centres de recerca, de codis de conducta o ètics que preservin la integritat* en matèria de recerca científica i innovació i previnguin l'aparició de conflictes d'interessos.



Als mitjans de comunicació i als proveïdors de continguts:

1. *Contrastar i explicitar de forma clara l'origen de les notícies i els conflictes d'interessos que puguin ser presents en aquestes.* Aquesta és una obligació general de les professions periodístiques, però requereix major cura, si és possible, en la transmissió d'informacions relatives a ciència i salut.
2. *Aplicar les pràctiques deontològiques pròpies de la comunicació científica* en la publicació de resultats de recerques sobre seguretat i qualitat dels aliments i sobre el binomi alimentació-salut.
3. *Promoure l'especialització dels professionals de la comunicació* perquè puguin entendre la informació sobre seguretat alimentària i el binomi alimentació-salut.

A la ciutadania:

1. *Fomentar la responsabilitat dels ciutadans* com a consumidors que saben que la presa de decisions de compra té conseqüències en el sistema de producció i distribució d'aliments.
2. *Assumir una posició proactiva, vigilant i exigent enfront de processos legislatius*, en particular participant en els fòrums existents a la Unió Europea amb motiu de la negociació de les propostes normatives en matèria d'informació alimentària, ja que la Comissió Europea és qui té competències en aquesta matèria.
3. *Adoptar una actitud responsable i crítica davant la informació obtinguda per mitjà de les tecnologies de la informació i la comunicació*, donant preferència als mitjans que facilitin informació contextualitzada i fàcilment verificable.
4. *Collaborar amb les institucions científiques i les administracions públiques quan es requereixi la participació ciutadana* en enquestes, fòrums en línia i debats sobre la utilitat i l'avaluació de prioritats en el desenvolupament de les tecnologies emergents aplicades als aliments.

5. *Generar i fomentar una cultura ciutadana de la privadesa en matèria de dades personals* assumint que acumular informació sobre una persona significa tenir poder de decisió sobre ella; en conseqüència, els mitjans per controlar qui tracta les nostres dades, com les recapta i amb quina finalitat les utilitza, són un instrument de llibertat personal i col·lectiva.

**INFORMACIÓN ALIMENTARIA:  
CUESTIONES ÉTICAS  
Y JURÍDICO-POLÍTICAS**



## PRESENTACIÓN

El Observatorio de Bioética y Derecho (OBD), con este documento sobre las cuestiones éticas y jurídico-políticas relacionadas con la información alimentaria, inicia una nueva línea de documentos acerca de las implicaciones éticas, jurídicas y sociales de los temas alimentarios, dada su importancia creciente y su relación con la bioética y los derechos humanos.

La finalidad es incidir en las políticas públicas y en el debate social informado sobre los retos bioéticos que plantea el sistema alimentario actual y su evolución, atendiendo, en particular, al papel que van a jugar la innovación y las tecnologías de la información en la seguridad, la calidad y la sostenibilidad efectiva del sistema, y especialmente a la comunicación y percepción de los riesgos por parte de los ciudadanos.

El Grupo de Opinión del OBD que ha elaborado este documento se constituyó en 1996 bajo la dirección de la Dra. María Casado. Entre sus objetivos se encuentra incidir en el diálogo entre la universidad y la sociedad mediante la transmisión del conocimiento científico-técnico y los argumentos necesarios para participar en un debate social informado. Con la publicación de este documento sobre información alimentaria, se han elaborado ya veinticinco documentos relacionados con temas de actualidad y sobre los que no existe una opinión unánime ni en la sociedad ni en las diversas comunidades científicas implicadas, hecho que ha requerido identificar los problemas, contrastar los argumentos y proponer recomendaciones de consenso.

En este documento, centrado en las cuestiones bioéticas relativas a la información alimentaria, se quiere poner de manifiesto la desconexión que existe entre la actual política de información alimentaria basada en el etiquetado y la difusión indiscriminada de información alimentaria que soporta el consumidor, así como las consecuencias que esta situación tiene en las elecciones alimentarias individuales, la salud pública y la perpetuación de prácticas productivas y patrones de consumo ambiental y socialmente insostenibles.

Para ello, sus planteamientos y recomendaciones tienen como objetivo:

- Poner de manifiesto la repercusión que tiene esta situación en las elecciones alimentarias individuales, la salud pública y la perpetuación de prácticas productivas y patrones de consumo ambiental y socialmente insostenibles.
- Promover una revisión de las iniciativas sobre información alimentaria por parte de los poderes públicos dentro de su ámbito de competencia.

- Identificar las oportunidades y los obstáculos derivados del uso de las tecnologías de la información en la difusión de información alimentaria, señalando sus consecuencias en cuanto a afectación de bienes, valores y derechos como la calidad de vida y la equidad.
- Potenciar el diálogo entre los centros de investigación, las instituciones gubernamentales, la industria y la sociedad en el conocimiento científico, incluyendo en este intercambio a los medios de comunicación cuya labor influye en la opinión pública.

En la misma línea que los anteriores documentos del OBD, el Grupo de Opinión considera que es preciso tomar medidas que permitan asegurar el ejercicio de los derechos y la toma de decisiones libres e informadas a todas las personas implicadas. Ello requiere participar en el debate y formular propuestas que ayuden a afrontar el cambio de paradigma que implica la difusión indiscriminada y la digitalización de la información, ya que, en una sociedad democrática, las medidas de la Administración no deben ser impuestas al ciudadano sin un análisis previo de los riesgos y beneficios y sin información contrastada mediante evidencias científicas transparentes.

Este nuevo documento ha sido coordinado por María José Plana (abogada, directora del Màster en Alimentación, Ética y Derecho de la Universidad de Barcelona) e Itziar de Lecuona (profesora lectora, subdirectora del Observatorio de Bioética y Derecho y miembro de la Comisión de Bioética de la Universidad de Barcelona), y ha contado con la participación de los profesionales y académicos que se mencionan al final de este escrito.

---

## ESTADO DE LA CUESTIÓN

Desde el inicio de este siglo, tanto la comunidad científica como los poderes públicos han puesto de manifiesto de forma constante que la salud pública e individual en Europa pasa por la adopción de medidas que garanticen la información alimentaria completa y contrastada mediante evidencias científicas como mecanismo de protección de la salud de los consumidores, para mejorar la dieta de los ciudadanos, así como para reducir el impacto social y ambiental del sistema alimentario. Se trata de que los alimentos y los medios de producción, en la industria alimentaria y la producción primaria, respondan mejor a las necesidades y a las preocupaciones crecientes de los distintos colectivos sociales.

En particular, la Carta Europea contra la Obesidad aprobada por la Organización Mundial de la Salud recalcó, ya en 2008, que, junto a las acciones relativas a la información de los consumidores (punto 40 de la Estrategia), los gobiernos tienen la responsabilidad de iniciar políticas públicas que mejoren tanto la dieta de sus ciudadanos como la seguridad y la sostenibilidad de los alimentos y de la agricultura, empleando para ello políticas activas como la promoción de productos alimenticios acordes con una dieta saludable a través de la reformulación de los alimentos, la aplicación de impuestos, la concesión de subvenciones o la fijación directa de precios como medios para promover una alimentación sana y la adopción de hábitos de vida saludables (punto 41 de la Estrategia).

La misma idea se ha venido repitiendo con mayor énfasis en los últimos años: la misma OMS elaboró —en el marco de su comité regional para Europa— un plan de acción para la prevención y el control de enfermedades no transmisibles,<sup>1</sup> en el que se enuncian prioridades análogas.

En la Unión Europea, la hoja de ruta para la acción para la mejora de los productos alimenticios (*Road Map for Action on Food product Improvement*) tiene como objetivo acelerar los compromisos de la industria con la reformulación de alimentos y bebidas, si bien deja en manos de los Estados miembros y del sector privado el establecimiento de medidas concretas.

Como ilustran las iniciativas llevadas a cabo en los últimos años en diversos países vecinos, corresponde a los poderes públicos ejercer sus competencias reguladoras, ejecutivas y de información a la opinión pública para

---

<sup>1</sup> Actualizado para el período 2016-2020 mediante Working Document EUR/RC66/11.

atajar las consecuencias negativas para la salud y el medio ambiente que plantea el sistema alimentario actual. Así, por ejemplo:

- Los poderes públicos pueden prohibir determinados alimentos. Dinamarca actuó de este modo con los ácidos grasos *trans*, mientras que en nuestro país —y en el resto de la Unión Europea— se recomendó la autorregulación de la industria. Como resultado, en Dinamarca la mortalidad a causa de enfermedades cardiovasculares relacionadas con la ingesta de alimentos con grasas *trans* se está reduciendo en mayor medida que en el resto del continente.
- Los poderes públicos pueden prohibir determinadas prácticas como hizo Francia al impedir por ley que los establecimientos de restauración ofrezcan bebidas azucaradas gratis tras el pago del primer refresco.
- La Administración pública puede incidir en el consumo a través de la política de precios, o bien mediante incentivos —*nudges*, en inglés—. Por ejemplo, se pueden establecer medidas fiscales específicas para determinados productos alimenticios cuyo consumo es recomendable moderar, como ya se hace en nuestro país con las bebidas alcohólicas y podría hacerse con otros productos. Pueden, también, intervenir en la reducción del precio de frutas y verduras, así como en el encarecimiento de productos cuyo consumo debe moderarse por motivos de salud o por su impacto ambiental. Las autoridades deben asumir el papel que han abandonado, dejando a la industria el monopolio de la información y el control sobre los consumidores.

Sin embargo, hasta la fecha, ni España ni Cataluña han establecido<sup>2</sup> —dentro de sus respectivas competencias— medidas reguladoras específicamente orientadas a limitar, a través de instrumentos legales, la utilización, por parte de la industria alimentaria, de prácticas que a menudo son contrarias al interés de la ciudadanía, ya sea porque afectan de forma negativa a la salud, porque no satisfacen las expectativas de calidad de los consumidores, o por su impacto en el medio ambiente. La cuestión se ha restringido al ámbito de la autorregulación y la responsabilidad social corporativa, lo cual ha resultado en un compromiso débil y desigual por parte de los operadores.

---

<sup>2</sup> Salvando la reciente movilización tanto a nivel autonómico como estatal por una futura tributación especial para las bebidas carbonatadas con alto contenido en azúcar el cuarto trimestre de 2016.



---

La utilidad de estos instrumentos ha sido razonablemente puesta en duda tanto por organizaciones de consumidores como por otras entidades de la sociedad civil, ya que —bajo el paraguas de un supuesto autocontrol de la industria por la industria— las medidas tomadas de forma voluntaria han amparado de forma continuada actuaciones no siempre favorables a los intereses de los consumidores y a la salud pública.

La política de protección de los consumidores en nuestro país se basa en la vigilancia de los alimentos presentes en el mercado y en la inspección de los establecimientos alimentarios, y otorga un papel fundamental a la regulación de la información alimentaria que el consumidor recibe a través del etiquetado y de la publicidad. Al amparo de reglamentos comunitarios, se han producido normas que afectan a la información que debe aparecer obligatoriamente en el etiquetado, a la vez que se han establecido determinadas prohibiciones que limitan los reclamos publicitarios que pueden aparecer en dichas comunicaciones comerciales. Sin embargo, una política basada exclusivamente en el contenido de la etiqueta carece de sentido en una sociedad digital caracterizada por el acceso a las más variadas fuentes de información y contenidos a través de los medios de comunicación global y las herramientas digitales.

### **1. La función limitada pero fundamental de la información alimentaria**

En el marco de los esfuerzos para limitar los riesgos alimentarios tras la conocida crisis de las vacas locas, las autoridades competentes han puesto en marcha un sistema complejo de instituciones y normas jurídicas que pretende garantizar la inocuidad de los alimentos a través de la vigilancia constante del mercado de alimentos y consagrando el *principio de corresponsabilidad* de los operadores. Este obliga a los explotadores de empresas alimentarias a velar para que los alimentos cumplan los requisitos de la legislación alimentaria en todas las etapas de la producción, la transformación y la distribución que tienen lugar en las empresas bajo su control, así como a verificar que se cumplan dichos requisitos.<sup>3</sup> España fue pionera en este tipo de inicia-

---

<sup>3</sup> De acuerdo con el artículo 17.1 del Reglamento 178/2002, el Parlamento Europeo y del Consejo, de 28 de enero de 2002, por el que se establecen los principios y los requisitos generales de la legislación alimentaria, se crea la Autoridad Europea de Seguridad Alimentaria y se fijan procedimientos relativos a la seguridad alimentaria.

tivas, ya que en 1981 creó un marco previo que, a partir del síndrome tóxico, supuso la puesta en marcha de un sistema de vigilancia que no existía en nuestro entorno.

En los últimos años, las autoridades han reconocido la necesidad de garantizar no solo la seguridad, sino también la calidad de los alimentos. Y es que, de hecho, en cuanto a alimentación se refiere, la primera preocupación de los consumidores en España en 2010<sup>4</sup> se centraba en la calidad de los alimentos que consumen. En este sentido, el conocido escándalo de la carne de caballo contribuyó a minar la confianza del consumidor en la veracidad de la información de las etiquetas de los alimentos. Bajo este nuevo paradigma, es fundamental que en la producción del alimento se respeten las expectativas de los ciudadanos respecto de la calidad del producto, incluidas aquellas relacionadas con el sistema productivo empleado. Las características relativas a la calidad deben ser apreciables a través del etiquetado y de la información alimentaria.

La tesis fundamental de los poderes públicos en este ámbito es que la información alimentaria permite garantizar la libertad del consumidor para realizar elecciones alimentarias informadas. Así, si el ciudadano consume alimentos poco saludables o que se han producido en condiciones que no han tenido en cuenta valores socialmente compartidos (como la sostenibilidad o el bienestar animal, por ejemplo), ello ocurre en el contexto de una elección individual de la que es responsable. La etiqueta le informó e, incluso así, decidió consumir el alimento.

Sin embargo, como acredita el conocimiento científico y han puesto de manifiesto de forma continua las organizaciones internacionales que actúan en esta materia —Organización Mundial de la Salud, Organización para la Alimentación y la Agricultura, así como las autoridades españolas y catalanas—, las elecciones alimentarias no responden tan solo —ni sobre todo— a condicionantes relativos a la información disponible.

Se sabe que los hábitos alimentarios no se eligen de manera individual y libre, sino que están íntimamente relacionados con los fenómenos socioeconómicos que reflejan planteamientos éticos, valores sociales y culturales. La información tiene un papel limitado en las elecciones alimentarias, ya que otros factores —como el marketing, la situación del momento de compra, el

---

<sup>4</sup> Dato extraído del *Special Eurobarometer 2010* «Food-related risks», accesible en: [http://ec.europa.eu/public\\_opinion/archives/ebs/ebs\\_354\\_en.pdf](http://ec.europa.eu/public_opinion/archives/ebs/ebs_354_en.pdf). Todavía no se ha publicado una versión actualizada de esta encuesta.

---

precio o el entorno socio-cultural— contribuyen en la misma o mayor medida en la elección de compra por parte del consumidor. Además, las elecciones alimentarias están relacionadas con el nivel socioeconómico tanto individual como del entorno social, lo que determina la capacidad del individuo de asumir el precio de determinados alimentos. El hecho es que en ciertos entornos no existen demasiadas opciones individuales o colectivas para evitar algunas conductas no saludables.

Además, en una sociedad digitalizada que expone a sus ciudadanos al flujo constante de información a través de múltiples canales, ya no es posible sostener que la etiqueta del producto alimenticio es el canal principal a través del cual los consumidores obtienen información relevante para relizar sus elecciones. Basta tener en cuenta que la prensa audiovisual y escrita, junto con nuevos canales de comunicación digital no convencional, como, por ejemplo, blogs o redes sociales, *apps*, revistas digitales, recursos de formación en acceso abierto..., tienen entre sus contenidos predilectos aquellos relacionados con la seguridad y la calidad de los alimentos.

## **2. La regulación de la publicidad y el etiquetado de los alimentos**

Desde la implantación de la política europea «de la granja a la mesa» se ha aprobado una normativa abundante y compleja que regula el etiquetado y la publicidad de productos alimenticios en general, pero también de productos sensibles, como los destinados a la alimentación infantil, los de producción ecológica, o los de origen animal. El objetivo de la Unión Europea —a través de la regulación legal de términos específicos que atañen a las características relativas a la producción del alimento o a su aporte nutricional— es permitir que el consumidor pueda elegir de manera informada cómo gestionar su alimentación, así como evitar riesgos para su salud. Sin embargo, si bien algunas medidas (como la obligatoriedad de incluir una lista completa de ingredientes o la identificación del operador) han mejorado sustancialmente la seguridad, la legislación actual es a menudo poco útil cuando se trata de facilitar elecciones informadas en cuanto a calidad se refiere.

Un factor relevante para valorar la eficacia de la legislación sobre información alimentaria a la hora de permitir elecciones informadas radica en que una parte de los europeos tiene reticencias a la hora de confiar en la información facilitada por la industria. En este sentido, si bien la citada encuesta europea muestra que la mayoría de los europeos confía en la informa-

ción obtenida de los agricultores, también refleja que los ciudadanos suelen desconfiar respecto a la información que ofrece el resto de operadores de la cadena alimentaria.

El problema de fondo radica en cómo transmitir esta información a la sociedad para que de una forma libre y responsable pueda elegir entre un tipo de alimento u otro. Es obvio que el sistema de etiquetado tradicional no es suficiente, entre otras cosas porque junto a los factores estrictamente nutricionales o sanitarios hay que tener en cuenta elementos antropológicos, ideológicos y políticos que enturbian los debates.

La siguiente tabla permite identificar ejemplos paradigmáticos de esta situación de desconexión entre la definición legal y la que utiliza la mayoría de la población.

**Tabla 1.** Diferencias entre la definición legal y la acepción socialmente reconocida de conceptos clave del etiquetado de alimentos

Concepto	Acepción socialmente reconocida	Significado legal en la UE	Referencia legal
<b>Ecológico</b>	Dicho de un producto o de una actividad, que no es perjudicial para el medio ambiente (RAE, acepción 2).  Sinónimo de sostenibilidad ambiental.  Un producto ecológico como producto sostenible.	Elaborado conforme a los métodos de producción establecidos en el Reglamento de la UE, en todas las etapas de la producción, preparación y distribución.  En particular, la prohibición de ingredientes o componentes transgénicos y de radiaciones ionizantes y la estricta limitación del uso de medios de síntesis.	Reglamento 834/2007, del Consejo de Europa, de 28 de junio de 2007, sobre producción y etiquetado de los productos ecológicos.
<b>Biológico</b>	Natural o que implica respeto hacia el medio ambiente al evitar el uso de productos químicos (RAE, acepción 2).	Sinónimo de «ecológico».	Reglamento 834/2007, del Consejo de Europa, de 28 de junio de 2007, sobre producción y etiquetado de los productos ecológicos.

*(Continúa en la página siguiente.)*

<b>Concepto</b>	<b>Acepción socialmente reconocida</b>	<b>Significado legal en la UE</b>	<b>Referencia legal</b>
<b>País de origen del alimento</b>	País en el que se lleva a cabo el proceso de producción y obtención de materias primas.  País del ingrediente primario.	Con carácter general, país en el que se lleva a cabo el proceso de producción, crecimiento o envasado, con independencia del origen o procedencia del ingrediente primario.	Reglamento 1169/2011, de la UE, sobre información alimentaria facilitada al consumidor.
<b>Light</b>	Contenido reducido en azúcar o valor energético.  Expresión que se asocia a la valoración como saludable del producto comparado con otros similares.	Uno de los nutrientes ha quedado reducido, como mínimo, en un 30% en comparación con un producto similar, excepto en los micronutrientes, en los que será admisible una diferencia del 10% en los valores de referencia establecidos en la Directiva 90/496/CEE, así como en el sodio, o el valor equivalente para la sal, en el que será admisible una diferencia del 25%.  La reducción de este nutriente puede comportar un aumento de otros nutrientes en el alimento.	Reglamento 1924/2006, del Parlamento Europeo y del Consejo, de 20 de diciembre de 2006 relativo a las declaraciones nutricionales y de propiedades saludables en los alimentos.

*(Continúa en la página siguiente.)*

Concepto	Acepción socialmente reconocida	Significado legal en la UE	Referencia legal
<b>Sin</b>	<p>Sin grasa. Sin azúcar. Sin aporte energético.</p> <p>Asociado a la ausencia de un nutriente, por tanto, se espera un contenido del 0%.</p> <p>Expresión que se asocia a la valoración como saludable del producto comparado con otros similares.</p>	<p>Solo podrá afirmarse que un alimento no contiene grasa, así como efectuarse cualquier otra declaración que pueda tener el mismo significado para el consumidor, si el producto no contiene más de 0,5 g de grasa por 100 g o 100 ml.</p> <p>Solo podrá declararse que un alimento no contiene azúcares, así como efectuarse cualquier otra declaración que pueda tener el mismo significado para el consumidor, si el producto no contiene más de 0,5 g de azúcares por 100 g o 100 ml.</p> <p>La reducción de este nutriente puede comportar un aumento de otros nutrientes en el alimento.</p>	<p>Reglamento 1924/2006, del Parlamento Europeo y del Consejo, de 20 de diciembre de 2006, relativo a las declaraciones nutricionales y de propiedades saludables en los alimentos.</p>
<b>Alto contenido</b>	<p>Con una mayor presencia de determinado nutriente.</p> <p>Expresión que se asocia a la percepción de que, a mayor presencia de dicho nutriente, mayor beneficio para la salud.</p>	<p>Para vitaminas y minerales es admisible si el producto contiene, como mínimo, el doble de la cantidad significativa en virtud del Reglamento 1169/2011.</p> <p>Para otros nutrientes (por ejemplo, fibra o proteínas), según el contenido regulado en el Reglamento (CE) 1924/2006.</p> <p>No se tiene en cuenta su capacidad de asimilación por el individuo.</p>	<p>Reglamento 1924/2006, del Parlamento Europeo y del Consejo, de 20 de diciembre de 2006, relativo a las declaraciones nutricionales y de propiedades saludables en los alimentos.</p>

(Continúa en la página siguiente.)

<b>Concepto</b>	<b>Acepción socialmente reconocida</b>	<b>Significado legal en la UE</b>	<b>Referencia legal</b>
<b>Natural</b>	<p>Que está tal como se halla en la naturaleza, o que no tiene mezcla o elaboración (RAE, acepción 2).</p> <p>Sin aditivos ni aplicación de procesos tecnológicos.</p>	<p>No suele estar regulado.</p> <p>Sí está regulado y asociado a declaraciones nutricionales cuando un alimento reúna de forma natural la condición o las condiciones establecidas para el uso de una declaración nutricional (por ejemplo, «naturalmente rico en fibra»).</p>	<p>No regulado.</p> <p>Reglamento 1924/2006, del Parlamento Europeo y del Consejo, de 20 de diciembre de 2006, relativo a las declaraciones nutricionales y de propiedades saludables en los alimentos.</p>
<b>Tradicional / Casero</b>	Elaborado sin aplicación de procesos o ingredientes tecnológicos.	No regulado.	No regulado.
<b>Fecha de duración mínima y fecha de caducidad</b>	<p>A menudo consideradas sinónimos, los consumidores han entendido que un alimento no debe consumirse más tarde de la fecha indicada.</p> <p>Esta mención constituye un ejemplo de la necesidad de informar y educar a los consumidores respecto de los significados legales de los conceptos que aparecen en el etiquetado.</p>	<p>La «fecha de duración mínima de un alimento» es la fecha hasta la que el alimento conserva sus propiedades específicas cuando se almacena correctamente.</p> <p>En el caso de alimentos microbiológicamente muy perecederos, y que por ello puedan suponer un peligro inmediato para la salud humana, después de un breve período de tiempo, la fecha de duración mínima se cambiará por la fecha de caducidad.</p> <p>Después de su «fecha de caducidad», el alimento no se considerará seguro.</p>	<p>Reglamento 1169/2011, de la UE, sobre información alimentaria facilitada al consumidor.</p>

*(Continúa en la página siguiente.)*

Concepto	Acepción socialmente reconocida	Significado legal en la UE	Referencia legal
<b>Sin conservantes ni colorantes</b>	Expresión que se asocia a la ausencia de aditivos.	No regulado. Ante el vacío legal, se considera una mención válida aunque el producto alimenticio lleve aditivos con funciones tecnológicas (por ejemplo, edulcorantes o espesantes) distintas a las mencionadas según el principio de no confusión.	No regulado.

Elaboración de M.<sup>a</sup> José Plana.

La confusión que genera la no coincidencia entre las definiciones legalmente aceptadas y la acepción identificada por el consumidor no es baladí, ya que conduce a equívocos que pueden influir en la decisión de compra de alimentos más caros, entre otros:

- 1) Al considerar que el alimento ecológico —reconocido por evitar en su producción el uso de determinadas sustancias o ingredientes— tiene un impacto ambiental menor que aquellos que no lo son.
- 2) Al considerar que al comprar un alimento etiquetado como español o catalán, todo el proceso productivo se ha llevado a cabo en dicho territorio.
- 3) Al considerar que consumir productos en los que aparece información nutricional o de propiedades saludables asegura el consumo de alimentos saludables.

En este sentido, el *principio de no confusión* ampara actuaciones por parte de las autoridades competentes tendentes a evitar que se induzca a errores como los descritos antes. A partir de este principio, no es suficiente con que la publicidad y el etiquetado cumplan con la literalidad de la ley, sino que también deben considerarse no conformes a derecho aquellos mensajes respecto de los que cabe razonablemente esperar que inducen a error al ciudadano y que, además, constituyen prácticas comerciales desleales por ser engañosas.<sup>5</sup>

<sup>5</sup> En particular, el artículo 7 del Reglamento (Unión Europea) n.º 1169/2011 sobre información alimentaria facilitada al consumidor indica lo siguiente:



---

Asimismo, la regulación comunitaria prohíbe de forma general el uso de información que pueda inducir a error al comprador o que atribuya propiedades medicinales a los alimentos.

La decisión de compra mal informada no solo comporta un enriquecimiento injusto de los operadores a costa de la buena fe del consumidor, sino que también puede tener consecuencias importantes en la salud, hecho que ocurre, por ejemplo, cuando el consumidor interpreta que el consumo de alimentos que son objeto de declaraciones nutricionales o de propiedades saludables, como las incluidas en la tabla anterior, constituye un hábito de vida saludable. Lejos de cumplir el objetivo de protección al consumidor, estas menciones se convierten en dificultades para aquellos que quieren cuidar su salud o gestionar su enfermedad eligiendo alimentos aparentemente saludables.

La situación resulta también llamativa en lo que se refiere a las menciones relativas al impacto ambiental de los alimentos. En este sentido, a pesar de que la configuración legal de la producción ecológica no pone énfasis en la sostenibilidad ambiental del alimento durante todas sus fases de producción, el consumidor medio con frecuencia relaciona alimento ecológico con un menor impacto en el medio ambiente. Sin embargo, esto no siempre es así, puesto que los acuerdos internacionales permiten, por ejemplo, que un alimento ecológico producido en otro continente pueda etiquetarse como ecológico legalmente en Europa, a pesar de la huella de carbono que se asocia a su transporte. Lo mismo ocurre con aquellos alimentos elaborados a partir de alimentos de producción ecológica, pero en los que el resto de procesos (gasto de agua, gas, generación de residuos, materiales de envasado) conlleva importantes costes ambientales. Y es que, como se indica en la tabla anterior, ecológico no siempre quiere decir sostenible.

---

«La información alimentaria no inducirá a error, en particular:

- a)* sobre las características del alimento y, en particular, sobre la naturaleza, identidad, cualidades, composición, cantidad, duración, país de origen o lugar de procedencia, y modo de fabricación o de obtención;
- b)* al atribuir al alimento efectos o propiedades que no posee;
- c)* al insinuar que el alimento posee características especiales, cuando, en realidad, todos los alimentos similares poseen esas mismas características, en particular poniendo especialmente de relieve la presencia o ausencia de determinados ingredientes o nutrientes;
- d)* al sugerir, mediante la apariencia, la descripción o representaciones pictóricas, la presencia de un determinado alimento o ingrediente, cuando en realidad un componente presente de forma natural o un ingrediente utilizado normalmente en dicho alimento se ha sustituido por un componente o un ingrediente distinto».

Resulta enormemente significativo el hecho de que la legislación de etiquetado en la Unión Europea —al igual que ocurre en otras regiones del mundo— se centre en regular y permitir la utilización en los soportes comerciales de menciones a aspectos positivos del alimento o su medio de producción. En cambio, no se ha consolidado el uso de la etiqueta como vehículo para informar a los consumidores de las prácticas o elementos perjudiciales para la salud —como sí se hace con el tabaco o el alcohol—, poco respetuosos con el bienestar animal o dañinos para el medio ambiente, que hayan tenido lugar en su producción.

En cuanto a informar sobre los riesgos para la salud, si bien en la actualidad se exige una tabla de información nutricional legalmente diseñada, ninguna norma jurídica establece mecanismos para que el consumidor ponga en contexto la información nutricional negativa del producto (por ejemplo, integrando en la etiqueta avisos respecto de la necesidad de limitar su consumo). Así, en Chile se han incorporado etiquetas negras en los productos alimenticios, en las que aparecen los altos contenidos en azúcar, grasas, calorías o sodio de los alimentos. Una iniciativa que también han llevado a cabo en formatos similares otros países de nuestro entorno, como Reino Unido, mediante lo que se conoce como «semáforos nutricionales», pero siempre rechazada por la industria española.

Respecto a mostrar los costes no visibles del sistema alimentario, destaca la legislación relativa al marcado de huevos para consumo humano, que requiere que se informe de si el huevo ha sido puesto por una gallina criada en una jaula, en el suelo, si es campera o si la producción es ecológica. Esta medida exige que esta información aparezca mediante un código numérico (3, 2, 1 o 0) que se encuentra en la cáscara, y que se añada en la etiqueta, pero que frecuentemente está oculta entre múltiples menciones adicionales que hacen que esta información resulte poco visible. Y es que, ya sea por sus características o por su impacto ambiental, por el trato recibido por los animales, por los costes sociales de la producción o por sus potenciales efectos dañinos para la salud, la etiqueta puede convertirse en el vehículo apropiado para que el ciudadano visualice las consecuencias de sus elecciones alimentarias.

Las escasas referencias a los aspectos ambientales o sociales pueden encontrarse en los sellos privados que pueden incorporarse de forma voluntaria al etiquetado, y son de lo más variado: la huella hídrica o de carbono del alimento, el bienestar animal, o el comercio justo; no obstante, su validez no es controlada por ninguna institución pública y puede ser objeto de mercadeo. Estas certificaciones tienen como objetivo recalcar las aparentes caracte-

rísticas positivas del producto alimenticio, a la vez que hacen poco o nada visibles —una vez más— los procesos negativos que implica la producción industrial actual.

La consecuencia es clara: no solo el ciudadano-consumidor no afronta la realidad del sistema alimentario, sino que los operadores carecen de estímulo para cambiar sus procesos productivos hacia un sistema más saludable, justo y sostenible.

### **3. Internet y las tecnologías de la información y la comunicación como herramientas de generación de contenidos sobre alimentación**

A través de la red, los consumidores con inquietudes nutricionales y éticas buscan de forma activa información sobre alimentos y productos alimenticios específicos. Junto con las fuentes públicas y empresariales de información alimentaria, múltiples actores proporcionan al consumidor información adicional que, a menudo, es más accesible en Internet: blogs sobre nutrición, aplicaciones digitales de agregación de datos, activistas alimentarios, organizaciones de la sociedad civil e incluso *lobbys* con intereses específicos aprovechan la libertad de la red para enviar sus propios mensajes sobre alimentación.

Como indicamos en el *Documento sobre el acceso responsable a la información jurídico-bioética en red*, en 2012:

El desarrollo que las tecnologías de la información y las comunicaciones han alcanzado en la última década aporta indiscutibles beneficios para adquirir, contrastar e intercambiar información de un modo fluido y constante. [Sin embargo,] la no fiabilidad y la descontextualización pueden llevar tanto a los autores como a sus lectores a la generación de opiniones erróneas y planteamientos equivocados que van en detrimento de un diálogo fundado en bases científicas sólidas. Esto influye negativamente y puede desencadenar la adopción de decisiones desacertadas en las políticas públicas y en las nuevas normativas.

Los problemas de fiabilidad y descontextualización son especialmente evidentes en lo que se refiere a la información sobre seguridad y calidad de los alimentos. Respecto de la descontextualización, el hecho de que la normativa alimentaria —lejos de ser homogénea— establezca distintos niveles de seguridad, prácticas permitidas o prohibidas que varían en cada país, fa-

vorece análisis o valoraciones que pueden conducir a equívocos. Así, por ejemplo, a través de Internet, circulan para el ciudadano europeo campañas que denuncian el uso de hormonas en animales para el consumo humano —prohibidas en la Unión Europea— a partir de hechos ocurridos en Estados Unidos, donde esta práctica sí está permitida.

Por otro lado, respecto de la fiabilidad de la información disponible, se da la circunstancia de que a menudo los consumidores no perciben los riesgos derivados de una mala información sobre alimentación. En este sentido, son habituales los blogs y páginas web sobre alimentación y salud claramente dirigidos por personas que carecen de formación específica en la materia, pero que, sin embargo, recomiendan a muchísimos seguidores<sup>6</sup> patrones alimentarios, marcas o incluso boicots basados en información no contrastada, incompleta o que prescinde de la mención de las fuentes empleadas. Esta conducta no se le puede reprochar tan solo al ciudadano, ya que los cambios de tendencias en las recomendaciones alimentarias a lo largo del tiempo, así como la amplia variedad de profesionales relacionados con la alimentación que no comparten siempre los mismos criterios y objetivos favorecen la percepción, por parte del consumidor, de que las recomendaciones en materia de alimentación responden a modas en lugar de a la evolución de investigaciones científicas sólidas y contrastadas.

Además, como se ha mencionado, en la prensa escrita y en los medios audiovisuales, es frecuente encontrar espacios que tratan de diferentes temas relacionados con la seguridad y la calidad alimentaria, avalados por personas que no proceden del entorno sanitario ni científico-técnico. Cada día aparecen, en lugares destacados de la prensa generalista, artículos relacionados con supuestos avances científicos que vinculan la ingesta de un alimento a potenciales efectos preventivos y curativos de enfermedades graves, y que se han redactado prescindiendo de los estándares editoriales de calidad propios de la comunicación científica, cuyos profesionales alertan sobre el aumento en los últimos años de prácticas alejadas de la rigurosidad profesional que se espera de las noticias con un contenido científico-técnico.

En este sentido, cabe señalar que existen iniciativas como eEurope 2002, donde la Comisión Europea estableció criterios de calidad para las páginas web relacionadas con la salud. A día de hoy, existen numerosos sistemas públicos o privados de certificación de la calidad de los contenidos de páginas

---

<sup>6</sup> De acuerdo con el número de veces que se comparte la publicación y el número de seguidores que refleja la web.

---

de contenido sanitario. Sin embargo, y hasta la fecha, los proveedores de contenidos sobre seguridad y calidad alimentaria, y alimentación y salud no han considerado hacer un esfuerzo equivalente al realizado por las instituciones europeas, a pesar de que las previsiones de eEurope son perfectamente aplicables a este nuevo campo:

Quando se faciliten consejos o información sobre dolencias, estilos de vida o medicaciones particulares, debe resultar transparente para el usuario del sitio el hecho de que los productores de los productos ahí recomendados implícita o explícitamente hayan aportado financiación.<sup>7</sup>

Principios como los de transparencia, actualización y rendición de cuentas sobre los contenidos relacionados con la seguridad y la calidad de los alimentos, así como con el binomio alimentación-salud, deben ser plenamente exigibles a los proveedores de contenidos en este ámbito, con independencia de que exista o no una relación económica entre el proveedor del contenido y el consumidor.

Además, resulta reseñable el impacto que la comunicación digital está teniendo en la relación entre profesionales sanitarios y operadores de la industria alimentaria. Si bien la comunicación entre profesionales sanitarios y empresas farmacéuticas, en cuanto a la promoción y publicidad de fármacos, ha sido objeto de regulación para garantizar la información completa del profesional sanitario, estos instrumentos no se aplican en los suplementos alimenticios y alimentos funcionales, hecho que ha llevado a un aumento de las iniciativas comerciales dirigidas al profesional sanitario, facilitadas gracias al correo electrónico y a otras herramientas digitales. Ante el alarmante número de contactos, así como su agresividad, junto con la proliferación de las complejas investigaciones sobre alimentos funcionales publicadas y remitidas por los propios operadores a los profesionales sanitarios, el Tribunal de Justicia de la Unión Europea ha llegado a la conclusión de que el conocimiento científico de estos profesionales no les protege ante conductas que difuminan los límites entre la comunicación científica y la comercial:

No puede partirse de la base de que tales profesionales pueden disponer continuamente de todos los conocimientos científicos especializados y actualizados necesarios para evaluar cada uno de los alimentos y de las declaraciones nutri-

---

<sup>7</sup> Criterio 2.1 de la Estrategia eEurope 2002 sobre criterios de calidad para las páginas web relacionadas con la salud.

cionales y de propiedades saludables empleados en el etiquetado, en la presentación de esos alimentos o en la publicidad que se hace de ellos. [...] No puede excluirse que los propios profesionales de la salud se vean inducidos a error a través de declaraciones nutricionales y de propiedades saludables falsas, ambiguas o engañosas. Así pues, esos profesionales de la salud corren el riesgo de transmitir, de buena fe, información errónea relativa a los alimentos objeto de la comunicación comercial a los consumidores finales con los que se relacionan. Ese riesgo es todavía mayor si se tiene en cuenta que tales profesionales pueden, gracias a la relación de confianza que generalmente existe entre ellos y sus pacientes, ejercer una influencia significativa sobre estos.<sup>8</sup>

Teniendo en cuenta que los ciudadanos europeos confían, en primer lugar, en su médico, en particular, y en los profesionales sanitarios, en general, para informarse sobre los riesgos relacionados con la alimentación,<sup>9</sup> la situación de vulnerabilidad de estos profesionales debe revertirse.

Ante la confianza que deposita el ciudadano en los profesionales sanitarios, procede cuestionar el hecho de que las sociedades médicas avalen productos alimenticios que —por el hecho de incluir declaraciones de propiedades saludables, pero a pesar de contener ingredientes o sustancias poco recomendables— pueden ser percibidos por el consumidor como buenos para su organismo con independencia del resto de su composición nutricional.

Internet favorece del mismo modo la difusión de mitos sobre los riesgos de determinados alimentos que carecen de base científica. Falsas noticias, difundidas a través de Internet y de las herramientas que ofrecen las tecnologías de la información y la comunicación, hacen que un gran número de personas crea que el consumo de un alimento es peligroso o que tiene propiedades curativas; lo que se busca es que sean rápidamente compartidas para conseguir su objetivo final: obtener sus datos (por ejemplo, el correo electrónico).

Las herramientas digitales pueden convertirse en una fuente de información ordenada al alcance del ciudadano que le permita tomar el control del sistema alimentario y recuperar la confianza en la seguridad del sistema de control y vigilancia alimentaria. Ha aumentado el número de aplicaciones digitales que utilizan el *Big Data* y *apps* de salud (*mHealth*) sobre alimentación y hábitos de vida saludable, que suelen descargarse de forma aparente-

---

<sup>8</sup> Sentencia del Tribunal de Justicia (Sala Tercera) de 14 de julio de 2016, *Verband Sozialer Wettbewerb eV contra Innova Vital GmbH*.

<sup>9</sup> De acuerdo con el Eurobarómetro anteriormente citado, el 84% de los encuestados confía, en primer lugar, en los profesionales sanitarios a la hora de informarse sobre alimentación y salud.

---

mente gratuita, pero que el ciudadano paga cediendo sus datos personales. En este sentido, no son pocos los proyectos que en diversos países de la Unión Europea utilizan el análisis de datos masivos en portales web públicos para ofrecer a la ciudadanía información sobre el estado de la seguridad alimentaria en su territorio. Destaca especialmente, en Eslovaquia, el proyecto SVFA «Portal de los controles oficiales veterinarios», que permite acceder a los datos oficiales de las inspecciones veterinarias llevadas a cabo en el país, una vez concluida la actividad de inspección. Su página web<sup>10</sup> se ha convertido, de acuerdo con la información de la Comisión Europea, en una de las webs de la Administración pública más consultadas por los ciudadanos, quienes también participan en esta iniciativa a través de un formulario que permite interactuar con la autoridad competente.

Sin embargo, consideramos que es necesario centrar la atención en los usos y funcionamientos de aquellas herramientas en las que —uniendo *Big Data* y *apps* sobre estilos de vida saludable— el usuario facilita infinidad de datos a cambio de su acceso a la tecnología. Como el Observatorio de Bioética y Derecho alertó con ocasión del *Documento sobre bioética y Big Data de salud*:

Las evidencias técnicas ya nos muestran que es posible reidentificar a personas concretas a partir de los datos de un *dataset* sobre el cual se han aplicado técnicas de anonimato (o des-identificación). [...] Sin embargo, entre nosotros no se ha consolidado la conciencia social de la importancia de proteger los datos y su relación con el derecho fundamental a la intimidad y a la no discriminación.

Debe evitarse que el ciudadano —supuestamente empoderado— se vuelva dócil y quede al descubierto, desnudo y vulnerable.

#### **4. El papel de los poderes públicos como vigilantes del sistema**

Ante una ciudadanía implicada en la consecución de unos hábitos de vida saludable y de una alimentación sostenible y respetuosa con sus planteamientos éticos, consideramos que es necesario analizar la utilidad y las carencias de los mecanismos que garanticen una relación honesta entre consumidor, empresa alimentaria y Administración pública, garante de los derechos

---

<sup>10</sup> La página web (en eslovaco) puede consultarse en el siguiente enlace: [www.svps.sk/puk/](http://www.svps.sk/puk/).

de aquel. El Grupo de Opinión del OBD quiere resaltar que la falta de garantías efectivas en la aplicación de las leyes lleva a la desconfianza por parte del consumidor, tanto respecto a la actuación de la industria como a la capacidad de los poderes públicos para salvaguardar sus derechos.

Tras diversos incidentes acaecidos, las administraciones se están centrandó en hacer públicas y reforzar sus iniciativas dirigidas a controlar posibles fraudes —entendiendo por fraude el incumplimiento de la legislación alimentaria, con intención de inducir a error o engaño al consumidor y con un interés económico.

Sin embargo, con frecuencia existe una situación de impunidad ante prácticas que —sin constituir un fraude propiamente dicho— inducen a error al consumidor, tanto por incumplimientos —en principio menores— de la legislación sobre información alimentaria como por usos controvertidos de esta. Muestra de ello son los numerosos ejemplos de etiquetados o publicidad engañosos que hay en el mercado y que inducen a confusión o error respecto a las características de productos, pero que el poder todavía no ha desterrado. Si bien estas prácticas acreditan la voracidad de la industria alimentaria, hasta la fecha, la actuación de las administraciones españolas y catalanas ha sido tímida o poco exitosa a la hora de proteger los derechos de la ciudadanía a una información clara y veraz.

El Grupo de Opinión del OBD debe recordar que actualmente la industria alimentaria es el primer *lobby* en la Unión Europea. Sirva de ejemplo el hecho de que, con ocasión de la negociación con Estados Unidos del Tratado Transatlántico de Comercio e Inversiones (TTIP), las multinacionales alimentarias, los agrocomerciantes y los productores de semillas han tenido más contactos con el Departamento de Comercio de la Comisión que los grupos de presión de la industria farmacéutica, química, financiera y automovilística juntos.<sup>11</sup>

Por todo ello, para contar con ciudadanos informados, así como para la consolidación de sistemas alimentarios más seguros, justos y sostenibles, resultan necesarias tanto medidas legislativas que definan sanciones disuasorias y proporcionales a los beneficios económicos obtenidos como una política de vigilancia y control independiente, contundente y transparente por parte de los poderes públicos.

---

<sup>11</sup> Corporate Europe Observatory, *Agribusiness is the biggest lobbyist on the EU-US trade deal, new research reveals*, publicado el 8 de julio de 2014 y accesible en: <https://corporateeurope.org/pressreleases/2014/07/agribusiness-biggest-lobbyist-eu-us-trade-deal-new-research-reveals>.



## CONSIDERACIONES

Considerando que:

1. El actual sistema educativo no contempla en los currículos educativos la educación en materia alimentaria, por lo que los ciudadanos deben «autoformarse» en todo aquello relacionado con los alimentos.
2. Parte de la legislación europea en materia de información alimentaria es poco útil para contar con consumidores informados, ya que la definición legal de determinados conceptos difiere de la idea que de ellos suele tener el consumidor.
3. El uso de determinados términos en el etiquetado de un producto alimenticio (aun siendo de forma correcta y legal) puede conducir al consumidor a elegir productos alimenticios por motivos erróneos.
4. A pesar de la importancia de facilitar información alimentaria clara y veraz, son frecuentes las campañas de comunicación comercial que inducen a confusión al consumidor respecto a las características del producto alimentario o su método de producción.
5. Se constata a menudo en algunos alimentos un exceso de información no relevante, que, en conjunto, eclipsa la que se le debe facilitar al consumidor de manera obligatoria, hecho que en ocasiones se agrava por los problemas de legibilidad de esta información obligatoria, impresa en un tamaño legalmente establecido que resulta demasiado pequeño, o con grafías poco contrastadas.
6. Es patente el hecho de que, en este campo, cumplir con la legislación no supone garantizar la información adecuada para los consumidores.
7. La legislación actual hace invisibles las circunstancias negativas que rodean a determinados procesos productivos, tanto respecto a sus costes ambientales y sociales como para la salud.
8. Las sanciones administrativas no tienen peso suficiente para evitar etiquetados confusos, ni los poderes públicos para exigir el cumplimiento de la legislación.
9. Los compromisos adquiridos por la industria mediante instrumentos de autorregulación y códigos de cumplimiento voluntario resultan insuficientes

a la hora de velar por la salud pública y limitar el impacto ambiental del sector agroalimentario.

10. La escasa utilidad de la legislación a la hora de ofrecer información alimentaria completa, clara y fiable ha generado desconfianza en la honestidad de la industria y en la independencia de las instituciones públicas.

11. Esta desconfianza ha impulsado a los consumidores a buscar información alimentaria en canales alternativos y, en particular, en Internet.

12. Existen problemas graves respecto a la fiabilidad de la información alimentaria en la red, los cuales empeoran ante la falta de percepción de los riesgos asociados a patrones de consumo que ha popularizado el mundo digital.

13. La falta de una correcta contextualización de la información sobre episodios de crisis alimentarias y prácticas prohibidas aumenta la desconfianza del consumidor en la información facilitada por los poderes públicos en su entorno directo.

14. Actualmente, los proveedores de contenidos que operan en este ámbito no participan en los sistemas de garantía de calidad de los contenidos propios de las páginas web relacionadas con la salud.

15. A menudo no existen sistemas para la rendición de cuentas entre proveedor y lector, ni tampoco transparencia respecto a las fuentes empleadas o los intereses comerciales de los proveedores de contenidos.

16. Internet pone a disposición del público y de los profesionales sanitarios un número ingente de investigaciones aparentemente científicas, cuya fiabilidad y calidad no siempre es posible contrastar.

17. A través de herramientas de gestión de datos y comunicación digital, los operadores de la industria alimentaria acceden con relativa facilidad y opacidad a los profesionales sanitarios, que luego podrían recomendar sus productos basándose en una información que no están en condiciones de contrastar.

18. El uso de herramientas basadas en *Big data* y *apps* comporta tanto beneficios como riesgos a la hora de informar y educar a los ciudadanos.

---

## RECOMENDACIONES

A los poderes públicos:

- 1. Desterrar del mercado aquellas acciones comerciales que inducen a error al consumidor, aplicando de forma contundente el principio de no confusión consagrado en la legislación comunitaria.*
- 2. Proponer en los foros oportunos la adopción de medidas legislativas sobre etiquetado de alimentos que reduzcan la brecha entre la definición legal de los conceptos clave del etiquetado y lo que entiende el consumidor.*
- 3. Evaluar la factibilidad de integrar al marco normativo vigente regulaciones que favorezcan la introducción de señas en la publicidad y/o envase de los productos alimenticios que alerten sobre sus eventuales efectos nocivos para la salud, así como del impacto ambiental de la producción de alimentos poco sostenibles o contrarios a valores compartidos.*
- 4. Proporcionar a los ciudadanos información objetiva y una opinión independiente y transparente basada en la excelencia sobre alimentación y sistemas alimentarios.*
- 5. Establecer estrategias específicas para implicar a la sociedad en la definición de políticas públicas dirigidas a educar al consumidor respecto a la información alimentaria regulada.*
- 6. Revisar el orden de sanciones administrativas para castigar aquellas conductas que favorezcan la confusión del consumidor, incluso en el ámbito digital.*
- 7. Construir un diálogo con los proveedores de contenidos digitales para mejorar su compromiso con la calidad y la seguridad.*
- 8. Velar por la protección de los profesionales sanitarios, promoviendo una aplicación de las reglas y buenas prácticas reconocidas en el ámbito de la promoción y publicidad de fármacos sin receta, que intentan limitar la influencia excesiva de la industria en la información y las comunicaciones remitidas a estos profesionales.*

9. *Revisar la política actual en materia de transparencia y publicidad de los resultados de los controles administrativos en materia de seguridad y calidad de los alimentos* como medida para desincentivar prácticas que perjudican los intereses de la ciudadanía.

A la industria y a los centros de investigación e innovación:

1. *Reconocer que las empresas son parte de la sociedad y que los fines de su producción han de orientarse de acuerdo con los intereses públicos.* Explicitar qué criterios de responsabilidad social corporativa utilizan y cómo influyen en la elaboración de sus productos y en la selección de canales de comercialización.

2. *Establecer asociaciones digitales responsables,* velando para que las páginas web corporativas y sus plataformas de comercio electrónico no se asocien (mediante publicidad, redirección de enlaces, u otros) a proveedores de contenidos que no respeten los criterios adecuados de calidad y actualización de la información alimentaria.

3. *Reforzar la transmisión de información de los avances científicos de manera efectiva, clara y veraz,* ya que los riesgos también derivan de que sean invisibles la dirección y las decisiones de la investigación. Hacer patentes los objetivos, la financiación, los logros y los fracasos.

4. *Potenciar la transversalidad de las disciplinas académicas y la responsabilidad social compartida* en los centros de investigación y la industria.

5. *Crear cauces —institucionales y en la red—* donde se pueda cruzar la información para lograr la concreción de metodologías y estándares comparativos en la evaluación de riesgos, y especificar, cuando sea conveniente, los requerimientos de privacidad entre proyectos competitivos.

6. *Aplicar escrupulosamente el principio que requiere que los datos recabados sean adecuados a la finalidad de su recopilación.*

7. *Incentivar la adopción, por parte de la industria y de los centros de investigación, de códigos de conducta o éticos que preserven su integridad* en materia de investigación científica e innovación y eviten la aparición de conflictos de intereses.

A los medios de comunicación y proveedores de contenidos:

1. *Contrastar y explicitar de forma clara el origen de las noticias y los conflictos de intereses que puedan subyacer.* Los periodistas están obligados a ello, pero requiere mayor cuidado, si cabe, en la transmisión de información relacionada con ciencia y salud.
2. *Aplicar las prácticas deontológicas propias de la comunicación científica* en la publicación de resultados de investigaciones sobre seguridad y calidad de los alimentos, y el binomio alimentación-salud.
3. *Promover la especialización de los profesionales de las comunicaciones* para atender a la información sobre seguridad alimentaria y el binomio alimentación-salud.

A los ciudadanos:

1. *Fomentar su responsabilidad como consumidores* que son conscientes de que la toma de decisiones de su modelo de compra tiene consecuencias en el sistema de producción y distribución de alimentos.
2. *Asumir una posición proactiva, vigilante y exigente ante procesos legislativos.* En particular, participando en los foros abiertos en la Unión Europea con ocasión de la negociación de las propuestas normativas en materia de información alimentaria, puesto que la Comisión Europea es quien tiene competencias en materia de información alimentaria.
3. *Adoptar una actitud responsable y crítica ante la información que se obtiene a través de las tecnologías de la información y las comunicaciones,* prefiriendo aquellos medios que otorguen información contextualizada y fácilmente verificable a través de sus fuentes (fiables).
4. *Colaborar con las instituciones científicas y las administraciones públicas cuando se requiera la participación ciudadana* en encuestas, foros en línea, y debates sobre la utilidad y la evaluación de prioridades en el desarrollo de las tecnologías emergentes aplicadas a los alimentos.

5. *Generar y fomentar una cultura ciudadana de la privacidad en materia de datos personales*, sabiendo que acumular información sobre una persona representa adquirir un poder de decisión sobre esta. Por tanto, los medios para controlar quién trata nuestros datos, cómo los recopila y con qué fin los utiliza se convierte en un instrumento de libertad personal y colectiva.

**FOOD INFORMATION: ETHICAL,  
LEGAL AND POLICY ISSUES**





## PRESENTATION

With this document on *Food information: ethical, legal and policy issues*, the Bioethics and Law Observatory (OBD) initiates a new line of publications on the ethical, legal and social implications of food-related issues, given their increasing importance and their relationship to bioethics and human rights.

The aim of this work is to influence public policy and inform social debate on the bioethical challenges posed by the current food system and its evolution. In particular, the document takes into account the role that innovation and information technologies will play in the safety, quality and sustainability of the system. It addresses specifically communication-related issues and public perception of risks associated with foods.

The “Opinion Group” of the OBD that has prepared this document was constituted in 1996 under the leadership of Dr. María Casado. Among its objectives is to influence the dialogue between the university and society through the transference of scientific-technical knowledge and the analysis of arguments needed to participate in informed social debate. With the publication of this document on food information, twenty-five documents have now been published concerning current issues on which no agreed upon consensus in society or in the various scientific communities involved exists. This has required identifying problems, comparing perspectives and proposing consensus-based recommendations.

This document focuses on bioethical issues related to food information and highlights the disconnect between current food information policy based on labelling and the indiscriminate dissemination of food information available to the consumer through different channels. It also identifies the consequences of this disconnect on individual food choices, public health and the perpetuation of environmentally and socially unsustainable production practices and patterns of consumption.

To this end, this document’s approaches and recommendations aim to:

- Reveal the repercussions of this disconnect on individual food choices, public health and the perpetuation of environmentally and socially unsustainable production practices and patterns of consumption
- Promote a review of initiatives on food information by public authorities within their field of competence
- Identify opportunities and obstacles resulting from the use of information technologies when informing about food, pointing out the conse-

quences of digital communication and its impact on goods, values and rights, such as quality of life and equity.

- Strengthen dialogue between research centres, government institutions, industry and society about scientific knowledge, and including the media in this exchange, as their actions influence public opinion.

As with previous OBD documents, the Opinion Group believes it is necessary to adopt measures to guarantee the exercise of rights and the free and informed decision-making of all individuals. This requires participating in debate and formulating proposals in response to the paradigm shift that the indiscriminate diffusion and the digitization of information entail. In a democratic society, a government's actions should not be imposed on citizens without prior analysis of the risks and benefits and without the availability of truthful and transparent information.

This new document has been coordinated by María José Plana (Lawyer and Director of the Masters in Food, Ethics and Law at the University of Barcelona) and Itziar de Lecuona (Professor, Deputy Director of the Observatory of Bioethics and Law and member of the Bioethics Commission of the University of Barcelona) with the participation of the professionals and academics listed below.

---

## STATE OF THE QUESTION

Since the beginning of this century, both the scientific community and public authorities in Europe have consistently stressed that ensuring public and individual health requires the implementation of measures that guarantee complete and accurate food information. These measures need to protect consumer health, improve the quality of the public's diet, and lessen the social and environmental impact of the food system. Foodstuffs and the means of production in the food industry and in agriculture should better respond to the needs and concerns of different groups in society.

In fact, the European Charter on Counteracting Obesity, approved by the World Health Organization in 2008, already stressed that along with taking actions related to consumer information (point 40 of the strategy), governments have the responsibility to establish active public policies to improve both the quality of their citizens' diets and the safety and sustainability of food and agriculture (point 41 of the strategy). According to WHO, governments should be promoting food products that are part of a healthy diet and healthy living, through, for example, the reformulation of foods, taxation, subsidies or the direct fixing of prices.)

The same idea has been repeated with great emphasis in recent years: the WHO — within the framework of its regional committee for Europe — developed an action plan for the prevention and control of non-communicable diseases,<sup>1</sup> which included those same priorities and proposals.

In the European Union, the Road Map for Action on Food Product Improvement aims to accelerate industry commitments to reformulating foodstuffs. Nevertheless, this Road Map leaves in the hands of Member States and the private sector the task of establishing concrete regulatory or self-regulatory measures.

As initiatives carried out in recent years in various neighbouring countries illustrate, it is incumbent upon public authorities to exercise their regulatory and executive powers, as well as their powers to inform the public, to address the negative consequences for health and the environment posed by the current food system. Thus, for example:

- Public authorities can prohibit certain foods. Denmark has done so with trans-fatty acids, while in Spain — and the rest of the European Union

---

<sup>1</sup> Updated for the 2016-2020 period in Working Document EUR/RC66/11.

— the authorities support self-regulation of the industry. As a result, mortality linked to cardiovascular diseases related to excessive consumption of foods with trans-fatty acids have been reduced to a greater extent in Denmark than in the rest of the Continent.

- They can prohibit certain practices, as France just did by making it illegal for restaurants to offer free sugary drinks after payment of the first drink.
- They can influence consumption through pricing policies or through incentives — *nudges*. For example, specific tax measures can be established for certain food products, the consumption of which should be moderate (this has already been done in Spain with respect to alcoholic beverages, but could be done with respect to other products). They can also intervene by reducing the price of fruits and vegetables and by increasing the price of products whose consumption should be limited for health reasons or their environmental impact. Authorities must take on the role they abandoned, having left industry to monopolize information and exercise influence over consumers.

However, until now neither Spain nor Catalonia have established<sup>2</sup> — under their respective competencies — specific regulatory measures aimed at limiting, the practices of the food industry that are often contrary to the public interest, whether because they negatively affect health, do not satisfy expectations regarding quality, or because of their impact on the environment. The issue remains limited to self-regulation and corporate social responsibility, resulting in a weak and uneven commitment on the part of the food industry.

The chronic use of self-regulation has been put into doubt by consumer organisations and other civil society groups. Under the umbrella of supposed industry self-control, the measures voluntarily taken have continually protected industry actions that are not in the interests of consumers and public health.

Consumer protection policies in Spain are based on monitoring foods present in the market and inspecting food establishments first. Secondly, they grant a fundamental role to regulating the food information that consumers receive through labelling and advertising. Under EU norms, regulations have been established that stipulate the information that must appear

---

<sup>2</sup> With the recent consideration, on both the national and regional level, of a future tax on carbonated beverages with a high sugar content, in the 4th quarter of 2016.

on labels, while also limiting the claims that can be made in advertising of food products. However, in a digital society characterised by access to the most varied sources of information and content through global media and digital tools, a policy primarily based on the content of labels lacks sense.

### **1. The limited but essential function of food information**

In order to limit food-related risks after the well-known *mad-cow* crisis, the competent authorities put a complex system of institutions and legal regulations into effect. The intention is to guarantee the safety of foods through constant monitoring of food markets and enshrining the *principle of co-responsibility* of food business operators. This principle obliges those operators to ensure that foods meet the regulatory requirements at all stages of production, transformation and distribution that take place under their control, and to verify that they do so.<sup>3</sup> Spain was a pioneer in these types of initiatives, as back in 1981 it created a framework which, in response to the *toxic syndrome* crisis, put a monitoring system into place that had not previously existed within Europe.

In recent years the authorities have recognised the need to guarantee not only the safety of foods but also their quality. It is not surprising that, according to 2010 survey data, the first concern of consumers in Spain regarding food<sup>4</sup> was focused on the quality of the foods they eat. Also, events such as the well-known horsemeat scandal have done no good when it comes to increasing consumer trust in official controls. Under this new paradigm, it is essential that the expectations of the public regarding product quality be respected in food production. This includes consumers' expectations regarding the productive system employed. So, characteristics related to quality must be appreciable through labelling and other food information.

The essential thesis of public authorities in this sphere is that food information guarantees the freedom of the consumer to make informed food

---

<sup>3</sup> Based on article 17.1 of Regulation 178/2002, the European Parliament and of the Council, on 28 January 2002, "laying down the general principles and requirements of food law, establishing the European Food Safety Authority and laying down procedures in matters of food safety."

<sup>4</sup> Data from the Special Eurobarometer 2010 on "Food-related risks", available here: [http://ec.europa.eu/public\\_opinion/archives/ebs/ebs\\_354\\_en.pdf](http://ec.europa.eu/public_opinion/archives/ebs/ebs_354_en.pdf). No updated version of this survey has yet been published.

choices. Thus, if an individual eats unhealthy foods or those produced in conditions that have not taken into account socially shared values (such as, for example, sustainability or animal welfare), he or she is responsible for that choice. The label provides the relevant information, however he or she chooses to consume the product knowingly.

However, as scientific knowledge reveals and as has been continually emphasised by international organisations involved in this sphere — the World Health Organization and the Food and Agriculture Organization, as well as Spanish and Catalan authorities — food choices are not only, or even primarily, based on available information.

Dietary habits are not individual and freely chosen, but are actually closely tied to socioeconomic phenomena that reflect ethical approaches and social and cultural values. Information has a limited role in actual food choices, as other factors, such as marketing, the situation in the moment of purchase, the price and the socio-cultural environment, contribute equally or in greater measure to the purchasing choices of consumers. In addition, food choices are linked to both the individual's socioeconomic position and the social environment, which determine the capacity of the individual to assume the price of specific foods and also whether or not sufficient options exist for healthier behaviour.

In a digitalised society that exposes the public to a constant flow of information through multiple channels, it is not possible to consider food labels as the main channel through which consumers obtain relevant information for making their food choices. Audiovisual and print media, along with new, unconventional, digital sources, such as blogs, social networks, apps, digital magazines, open access educational resources, etc., also provide content regarding the safety and quality of foods.

## **2. The regulation of food advertising and labelling**

Since the establishment of Europe's "from farm to fork" policy, numerous and complex regulations on labelling and advertising of general food products have been approved. Regulations also exist for certain sensitive products, such as baby food, organic foods, and products of animal origin. The aim of the European Union — through the legal regulation of specific terminology that concerns characteristics related to food production or nutritional content — is to permit consumers to make informed choices in managing their diet, as well as to avoid health risks. However, although some of these meas-

ures (such as the obligation to include a complete list of ingredients or to identify the food operator on labels) have substantially improved food safety, current regulations are often not useful in facilitating informed choices regarding product quality.

An important factor to take into consideration when evaluating the efficacy of food information legislation, is that a part of the European population does not entirely trust the information provided by the industry. In this sense, although the above mentioned European survey shows that the majority of Europeans trust the information obtained from farmers, it also reveals that they tend not to trust information offered by the other food operators in the food production chain.

The basic problem lies in how to translate food information to society so that individuals can freely and responsibly choose between one type of food and another. It is clear that the traditional system of food labelling is not enough. Among other reasons, because along with strictly nutritional or health factors, other anthropological, ideological and political factors that muddy discussion must also be taken into consideration.

The following table identifies paradigmatic examples of this situation of disconnection between the legal definitions of certain concepts and those which are used by the majority of the population.

**Table 1.** Differences between the Legal Definitions and Socially Recognised Meanings of Key Concepts in the Labelling of Foods

<b>Concept</b>	<b>Socially recognised meaning</b>	<b>Legal meaning in the EU</b>	<b>Legal reference</b>
<b>Organic</b>	Said of a product or activity: that it is not prejudicial to the environment (Real Academia Española (RAE), second definition).	Elaborated in conformity with production methods established in EU regulations, in all stages of production, preparation and distribution.	Regulation (EC) 834/2007, of the Council, 28 June 2007, on production and labelling of organic products.
	Synonym for environmental sustainability.	In particular, the prohibition of GMO ingredients or components, the prohibition of ionizing radiation, and the strict limitation of the use of chemically synthesized inputs.	
	An organic product as a sustainable product.		

*(Continued.)*

<b>Concept</b>	<b>Socially recognised meaning</b>	<b>Legal meaning in the EU</b>	<b>Legal reference</b>
<b>Bio</b>	Natural or that implies respect for the environment and avoidance of chemical products (RAE, second definition).	Synonym for “organic” or “ecological”.	Regulation (EC) 834/2007, of the Council, 28 June 2007, on production and labelling of organic products.
<b>Food’s country of origin</b>	Country in which the production process took place and raw materials were obtained.  Country of the primary ingredient.	In general, country in which the production process, growth or packaging took place, independently of the origin or source of the primary ingredient.	Regulation (EU) 1169/2011, on the provision of food information to consumers.
<b>Light</b>	Reduced sugar content or reduced energy value.  Expression associated with the healthy evaluation of a product in relation to other similar products.	One of the nutrients had been reduced, at minimum, by 30% in comparison with a similar product, except for micro-nutrients, in which a difference of 10% will be admissible in values of reference established in Directive 90/496/EEC, as well as for sodium, or the equivalent value for salt, for which a difference of 25% will be admissible.  The reduction of the nutrient can be associated with an increase in other nutrients in the food.	Regulation (EC) 1924/2006, of the European Parliament and of the Council, 20 December 2006, on nutrition and health claims made on foods.

*(Continued.)*



Concept	Socially recognised meaning	Legal meaning in the EU	Legal reference
<b>Free</b>	<p>Fat free. Sugar free. Energy free.</p> <p>Associated with the absence of a nutrient, therefore, the expectation is 0% content.</p> <p>Expression associated with a healthy evaluation of a product, in comparison with other similar products.</p>	<p>A food can only be declared fat free, or make any other statement with the same meaning to the consumer, if the product does not contain more than 0.5 g of fat per 100 g or 100 ml.</p> <p>A food can only be declared sugar free, or make any other statement with the same meaning to the consumer, if the product does not contain more than 0.5 g of sugar per 100 g or 100 ml.</p> <p>The reduction of a nutrient can bring with it an increase in other nutrients in the food.</p>	<p>Regulation (EC) 1924/2006, of the European Parliament and of the Council, 20 December 2006, on nutrition and health claims made on foods.</p>
<b>High content</b>	<p>With a high presence of a specific nutrient.</p> <p>Expression associated with the perception that the high presence of said nutrient is better for health.</p>	<p>Admissible for vitamins and minerals if the product contains at minimum, double the quantity according to Regulation (EU) 1169/2011.</p> <p>For other nutrients (for example, fibre or protein) according to the content regulated in Regulation (EC) 1924/2006.</p> <p>The individual's capacity to assimilate the nutrient is not taken into consideration.</p>	<p>Regulation (EC) 1924/2006, of the European Parliament and of the Council, 20 December 2006, on nutrition and health claims made on foods.</p>

(Continued.)

<b>Concept</b>	<b>Socially recognised meaning</b>	<b>Legal meaning in the EU</b>	<b>Legal reference</b>
<b>Natural</b>	As is found in nature, or contains no mixture or elaboration (RAE, second meaning).  Without additives or the application of technical processes.	In general, not regulated.  It is possible to refer to the natural presence of a nutrient or substance under the framework of the nutrition and health claims regulation.	Not regulated.  Regulation (EC) 1924/2006, of the European Parliament and of the Council, 20 December 2006, on nutrition and health claims made on foods.
<b>Traditional/ Homemade</b>	Elaborated without the application of technical processes or ingredients.	Not regulated.	Not regulated.
<b>Date of minimum durability or “use by” date</b>	Often considered synonyms, consumers understand that a food should not be consumed after the date marked.  This statement constitutes an example of the necessity to inform and educate consumers regarding the legal meaning of concepts that appear on labels.	Date of minimum durability: the date until which a food conserves its specific properties when stored correctly.  In the case of very perishable foods that can be an immediate danger to human health after a short period of time, the date of minimum durability is replaced with a “use by” date.  After its “use by” date, a food is not considered safe.	Regulation (EU) 1169/2011, on the provision of food information to consumers.

(Continued.)

---

Concept	Socially recognised meaning	Legal meaning in the EU	Legal reference
<b>Without preservatives or artificial colours</b>	Expression associated with the absence of additives.	Not regulated.  Given the legal vacuum, it is considered a valid assessment although the food product may carry additives with technical functions (for example, sweeteners or thickeners) distinct from those mentioned based on the non-confusion principle.	Not regulated.

---

Development by M.<sup>a</sup> José Plana.

The confusion that is generated by the disconnection between legally accepted definitions and meanings held by consumers is not minor, as it leads to errors that can result in making more expensive purchasing decisions. Among others:

- 1) Considering organic foods to always have a lower environmental impact than regular foodstuffs.
- 2) Understanding that foods labelled as Spanish or Catalan were completely produced (from harvest to packaging) in said country or region.
- 3) Considering that food products that bare nutrition or health claims are healthy foods.

In this sense, the *non-confusion principle* covers actions on the part of competent authorities that are intended to prevent consumers entering into errors such as those just described. Based on this principle, it is not enough for advertising and labels to comply literally with the law. Rather, they must be considered as not conforming to the law when it is reasonable to expect that they may lead to error. In addition, the use of misleading labels constitutes an unfair business practice.<sup>5</sup> In addition, EU regulation prohibits the

---

<sup>5</sup> In particular, article 7 of Regulation (EU) No 1169/2011 of the European Parliament and of the Council of 25 October 2011 on the provision of food information to consumers, indicates the following: “Food information shall not be misleading, particularly: (a) as to the characteristics of the food and, in particular, as to its nature, identity, properties, composition, quantity, durability, country of origin or place of provenance, method of manufacture

use of information that can lead to buyer error or that attributes medicinal virtues to foods.

Poorly informed purchasing decisions not only lead to the unjust enrichment of food operators based on the good faith of consumers, but can also have important consequences for health. This occurs, for example, when the consumer understands that the consumption of foods that are claimed to have nutritional or healthful properties, such as those included in the previous table, constitute the habits of a healthy life. Far from meeting the objective of consumer protection, these claims become obstacles for those that want to take care of their health or manage their illness by choosing what are, apparently, healthy foods.

The situation is equally striking in regard to claims made about the environmental impact of foods. For instance, the legal configuration of organic production is still seen by many individuals as the most environmental friendly version of the food product. But environmental impact is not at the core of organic labelling regulations, being that, for example, international agreements permit that an organic product manufactured on another continent can be legally labelled as organic in Europe, despite the carbon footprint associated with its transport. The same occurs with respect to foods manufactured using organic products but in which other processes (use of water, gas, generation of waste, packaging materials) entail significant environmental costs. As indicated in the previous table, organic does not always mean sustainable.

Particularly important is the fact that labelling regulations in the European Union — as occurs in other regions of the world — are focused on regulating and permitting the use in advertising of claims regarding the positive aspects of food products. In contrast, there labelling is not being used as a vehicle for informing consumers of practices or elements harmful to health — as occurs, for example with tobacco and alcohol — or that damage the environment in their production.

Regarding information about health risks, although a specifically structured nutritional information table is currently required on labels, no legal

---

or production; (b) by attributing to the food effects or properties which it does not possess; (c) by suggesting that the food possesses special characteristics when in fact all similar foods possess such characteristics, in particular by specifically emphasizing the presence or absence of certain ingredients and/or nutrients; (d) by suggesting, by means of the appearance, the description or pictorial representations, the presence of a particular food or an ingredient, while in reality a component naturally present or an ingredient normally used in that food has been substituted with a different component or a different ingredient.”

regulation establishes mechanisms so that the consumer receives useful negative nutritional information about a product (for example, integrating warnings on a label regarding the need to limit consumption of a specific product). This is the idea behind the incorporation in Chile of black labels on food products, which highlight the high sugar, fat, caloric or sodium content of certain products. This idea has been carried out in similar formats in other countries in Europe, such as in the UK, but has always been rejected by the food industry in Spain.

Current food information regulations also make invisible the associated ethical and social costs of the food system. Legislation on the marking of eggs for human consumption stands out as the piece of legislation that compels food businesses to inform consumers of their animal welfare policies. This regulation requires for an indication about whether the egg being purchased was from a chicken raised in a cage, on soil, outdoors or completely organically. This information needs to be presented using a number (3, 2, 1 and 0) stamped on the shell of each egg. Then, the case that contains the eggs will bare the information of what these numbers mean. Nevertheless, this information is often buried under other voluntary information.

To sum up, whether providing information about the characteristics of the product, its environmental impact, the treatment received by animals, the social cost of production, or its potential harmful effects on health, the label can — but has still not — become a means for the public to see the consequences of their food choices visualised.

The few references to environmental or social factors on food labels can be found in the voluntary certification schemes that can be incorporated onto them and that refer to the most varied circumstances: about the water or carbon footprint of the food, about animal welfare or fair trade, etc. However, the accuracy of this additional information is not controlled by any public institution and criteria for the substantiation remains often obscure. It then becomes simply another form of marketing aimed at accentuating the apparently positive characteristics of food products, while they do nothing to inform us about any negative processes involved in current industrial production.

The consequence is clear: not only does the citizen/consumer not confront the reality of the food system, but food operators lack the incentive to change their productive processes toward a healthier, more just and sustainable system.

### **3. The Internet and information and communication technologies as tools for generating content about foods**

Through the Internet, consumers with nutritional and ethical concerns can actively look for information about food and specific food products. Along with both public and corporate sources of food information, many different actors provide additional information that is generally easily accessible: blogs about nutrition, digital applications for aggregating data, food activists, civil society organisations and even lobbies with specific interests take advantage of the freedom of the Internet to distribute their own messages about food.

As we indicated in a previous *Document on responsible access to legal-bio-ethics data in networks*, published in 2012,

The development of Information and Communications Technologies achieved in the last decade has provided clear benefits to easily and constantly acquire, compare and exchange information [...]. [However] unreliability and de-contextualization can lead both authors and readers to reach wrong opinions and approaches that are detrimental to a dialogue based on sound science. This can have a negative effect and can trigger the wrong decisions in public policy and new regulations.

Problems of reliability and de-contextualization are particularly evident in regards to information about food safety and quality. Regarding de-contextualisation, the fact that food regulations are not homogeneous, varying from country to country and therefore establishing different levels of safety and permitting or prohibiting different practices, can lead consumers to adopt erroneous understandings. Thus, for example, EU citizens receive information through the Internet about campaigns denouncing the use of hormones in animals raised for human consumption — something prohibited in the EU — but based on regulations in the United States where such practices are permitted.

Regarding the reliability of information, we find that consumers often do not perceive the risks resulting from poor information about foods. In this sense, blogs and web pages about food and health that are openly signed by persons that lack specific education on these matters are a problem, as they recommend to their legions of followers<sup>6</sup> food habits, brands and even

---

<sup>6</sup> Based on the number of times a publication is shared and the number of followers the web reflects.

---

*boycotts* based on unverified and incomplete information or that does not name sources for the claims being made. This behaviour is not exclusively the blame of citizens. Changing trends in dietary recommendations, as well as the wide variety of professionals involved in the field (who do not always share the same criteria and objectives) favours the perception that recommendations regarding food respond to fashion rather than to evolving solid and verifiable scientific research.

This is also true when it comes to traditional media, which often reports on different issues related to food safety and quality based on information endorsed by persons that are not from a health or scientific/technical field. Every day, in the mainstream press we find articles about supposed scientific advances that link the ingestion of a certain food with potential curative and preventative effects for serious illnesses, but lacking the editorial standards for scientific communications. Scientific journalists have warned about the increase in recent years of practices lacking the professional rigor expected for news containing scientific/technical content.

It should be pointed out that initiatives to counter these attitudes exist. “eEurope 2002”, in which the European Commission established quality criteria for web sites addressing health issues is just a relevant example. Today, there are numerous public and private systems for certifying the quality of the content of health related web pages. However, until now, the suppliers of content on food safety and quality or food & health, have not applied these schemes to their digital contents. But the fact is that the provisions of eEurope are completely applicable to this new field:

Where advice or information on particular conditions, lifestyles or medications is given, funding from producers of products thereby implicitly or explicitly endorsed should be transparent to the site user.<sup>7</sup>

Principles such as transparency, updating of information and accountability regarding content related to food safety and quality or food & health, must be fully met by the providers of digital content. And this must be done regardless of the existence of an economic transaction taking place.

The impact that digital communication is having on the relationship between health professionals and food industry operators must also be considered. Although communication between health professionals and phar-

---

<sup>7</sup> Criteria 2.1 of the eEurope 2002: Quality Criteria for Health related Websites.

maceutical firms, regarding the promotion and advertising of medications, has been the object of regulations that ensure complete and accurate information from health professionals, these instruments are not applied to food supplements and functional foods. This has led to an increase in commercial initiatives aimed at health professionals, facilitated thanks to email and other digital tools. The alarming number of contacts as well as their aggressive nature, along with the proliferation of complex published studies about functional foods and sent to health professionals by food operators, has led the Court of Justice of the European Union to conclude that the scientific knowledge of these professionals does not protect them from behaviour that blurs the boundaries between scientific and commercial communication:

However, those professionals cannot be regarded as being in a position to permanently have all specialised and up-to-date scientific knowledge necessary to evaluate each food and the nutrition or health claims used in the labelling, the presentation or advertising of those foods [...] it cannot be ruled out that the health professionals themselves may be misled by nutrition or health claims which are false, deceptive, or even mendacious. Therefore, those health professionals risk forwarding, in all good faith, incorrect information on foods which are the subject of a commercial communication to final consumers with whom they have a relationship. That risk is all the more remarkable as such professionals are likely, because of the relationship of trust which generally exists between them and their patients, to exercise significant influence over the latter.<sup>8</sup>

Taking into account that European citizens place trust, first of all, in their doctors in particular, and in health professionals in general,<sup>9</sup> the vulnerable situation of these professionals must change.

Given the trust that the citizen places in health professionals, it is necessary to question the fact that medical societies endorse food products that — by including health claims, but despite containing ingredients or substances that are not recommended — can be perceived by the consumer as good for their organism regardless of the rest of their nutritional composition.

---

<sup>8</sup> Sentence of the Court of Justice (Third Chamber) on 15 July 2016, *Verband Sozialer Wettbewerb eV against Innova Vital GmbH*.

<sup>9</sup> Based on the Eurobarometer previously cited, 84% of those surveyed trust health professionals first of all when informing themselves about food and health.



Moreover, the Internet favours the spread of myths about certain food risks, just as it does verifiable scientific information. False news, spread through the Internet and tools offered by information and communication technologies, leads to a huge number of persons believing that the consumption of certain foods is dangerous or that they have curative properties, leading to the rapid sharing of this information and thus achieving an important final aim: obtaining personal data (for example, email addresses).

On the positive side, digital tools can become a source for providing orderly information to the public that permits individuals to take control over their consumption of foods and regain trust in the safety of the food control and surveillance system. In this sense, there are many projects in various EU countries using the analysis of public databases that offer the public updated information about the state of food security in their region. The SVFA project “Website for official veterinary inspections” in Slovakia is particularly worth mentioning; it permits access to official data regarding veterinary inspections carried out in the country, once they are concluded. This web page<sup>10</sup> is, according to information from the European Commission, one of the public administration websites most consulted by the public in Slovakia. Citizens are also able to participate in this initiative through a form that permits them to contact the competent authority and report an incident or question enforcement decisions.

There are also a growing number of digital applications that use Big Data and many health apps (*mHealth*) related to food and healthy life habits, generally downloaded free of charge, but through which users cede their personal data.

We believe it is necessary to give special attention to the uses and functioning of those tools in which — uniting Big Data and apps on healthy lifestyles — the user provides unlimited personal data in exchange for access to the technology. As the Bioethics and Law Observatory warned in the *Document on Bioethics and Big Data: Exploitation and Commercialisation of User Data in Public Health Care*:

Technical evidence now clearly reveals that it is possible to identify specific individuals using data from datasets that have undergone anonymisation (or de-identification) [...]. Our society remains unaware of the importance of protecting data and its relationship to the fundamental rights to privacy and non-discrimination.

---

<sup>10</sup> The webpage (in Slovak) can be consulted at: [www.svps.sk/puk/](http://www.svps.sk/puk/).

We must avoid the supposedly empowered individual in our society becoming meek, exposed and vulnerable.

#### **4. The role of public authorities as guardians of the system**

Facing a public involved in the pursuit of healthy habits and sustainability and concerned with ethical issues, we believe it is necessary to analyse both the utility of the mechanisms that currently exist in order to guarantee an honest relationship among consumers, the food industry and public authorities. The OBD Opinion Group wants to emphasise that the lack of effective guarantees in the application of laws leads to distrust on the part of consumers in regard to both the actions of industry and the capacity of public authorities to defend consumer rights.

In view of various incidents, governments have been placing emphasis on strengthening and publicising their initiatives aimed at controlling possible food fraud — understood as failure to comply with food-related regulations with the intention of deceiving buyers for monetary gain.

Despite these efforts, a situation of impunity often exists. Some common practices, without specifically constituting fraud, mislead consumers, both in regard to apparently minor labelling failures and more controversial uses of the information. Numerous examples can be found in the market of misleading labels or advertising, and which public authorities have not banished from supermarkets. Although the practices mentioned attest to the voracity of the food industry, until now, the action taken by Spanish and Catalan authorities has been timid and unsuccessful when it comes to protecting the rights of citizens to clear and truthful information.

The OBD Opinion Group must also note that the food industry is currently the largest lobby in the European Union. Thus, for example, we find that in negotiations with the United States over the Transatlantic Trade and Investment Partnership (TTIP), multinational food corporations, agro-traders and seed producers had more contact with the European Commission's trade department than pressure groups representing the pharmaceutical, chemical, financial and auto industries combined.<sup>11</sup>

---

<sup>11</sup> European Corporate Observatory, *Agribusiness is the biggest lobbyist on the EU-US trade deal, new research reveals*, published 8 July 2014 and available here: <https://corporateeurope.org/pressreleases/2014/07/agribusiness-biggest-lobbyist-eu-us-trade-deal-new-research-reveals>.

As a result, to have informed citizens and to consolidate safer, fairer and more sustainable food systems, it is necessary to have legislative measures that provide both dissuasive sanctions that are proportionate with the economic benefits involved, and stronger policies of monitoring and control on the part of public authorities.



## CONSIDERATIONS

1. That the current educational system does not provide food education, so that citizens must “self-train” in everything related to food.
2. That, aspects of European legislation food information are not useful for fostering informed consumers, as the legal definition of certain concepts differs from the understanding that consumers themselves tend to have.
3. That the use of certain terminology in the labelling of food products (although correct and legal) can lead to consumers choosing foods for the wrong reasons.
4. That despite the importance of facilitating clear and evidence-based food information, there are frequent advertising campaigns that may confuse consumers regarding the characteristics of specific food products or their production methods.
5. That there is often an excess of non-relevant information about certain foods, obscuring the information that it is required by law to provide to consumers. This is occasionally worsened by problems of actual legibility of mandatory information, with the legally established size of labels too small or their graphic design unclear.
6. That it is clear that complying with regulations does not guarantee that adequate information is provided to consumers.
7. That under current legislation the negative circumstances involved in specific production processes, regarding environmental, social and health costs, remain invisible.
8. That administrative sanctions are not sufficiently robust to avoid labelling that is confusing, nor are public authorities sufficiently forceful in demanding compliance with regulations.
9. That the commitments made by the industry through instruments for self-regulation and voluntary codes of compliance are not sufficient for safeguarding public health and the decreasing environmental impact of the agro-food sector.

10. That the lack of utility of existing regulations in ensuring complete, clear and trustworthy food information has generated distrust in the honesty of the industry and the independence of public institutions.

11. That this distrust has led to consumers looking for food information through alternative channels, and in particular, on the Internet.

12. That serious problems exist regarding the reliability of food information available on the Internet. These problems are likely to worsen given the lack of awareness of the risks associated with consumption habits popularised on this medium.

13. That the lack of a correct contextualisation of information regarding the emergence of a food crisis or the discovery of prohibited practices increases consumers' distrust of the information facilitated by public authorities.

14. That the providers of content that operate in this sphere do not currently participate in the quality schemes that apply to health-related websites.

15. That often no systems exist to provide accountability between provider and reader, nor does transparency exist regarding the sources employed by content providers or their commercial interests.

16. That the Internet makes available to the public and health professionals a large number of apparently scientific studies, whose reliability and quality cannot always be verified.

17. That, through tools for managing data and digital communication, food industry operators can approach health professionals with relative ease and opacity. Overworked professionals may then recommend products based on information they are not in a position to verify.

18. That the use of tools based on Big Data and apps involves both risks and benefits when providing information and educating the public.

## RECOMMENDATIONS

To public authorities:

- 1. Eliminate from the market those commercial initiatives that mislead consumers, forcefully applying the non-confusion principle established in EU legislation.*
- 2. Propose, in the appropriate forums, the adoption of regulatory measures on food labelling so the gap between the legal definition of important concepts and how consumers understand them will be narrower.*
- 3. Evaluate the feasibility of introducing new mandatory information that warns about harmful effects on health as well as the environmental impact of the production of foods that are not sustainable or contrary to shared values.*
- 4. Provide citizens with objective information and an independent and transparent opinion based on excellent evidence-based knowledge of food and food systems.*
- 5. Establish specific strategies for involving society in defining public policies aimed at educating consumers about regulated food information.*
- 6. Review administrative sanctions for punishing those behaviours that mislead consumers.*
- 7. Build a dialogue with digital content providers to improve their commitment to quality and safety.*
- 8. Ensure the protection of health professionals, promoting the application of rules and good practices used in the promotion and advertising of non-prescription medications. These good practices limit communication between pharmaceutical companies and health professionals, in order to safeguard their independence.*
- 9. Review current policy on matters of transparency and advertising of the results of official controls, as a measure to discourage practices that are harmful to the public interest.*

To the industry and research and innovation centres:

1. *Recognise that the food industry is part of society and that production should be in accord with the public interest.* Make explicit the criteria used to define their social corporate responsibility initiatives.

2. *Establish responsible digital associations,* ensuring that corporate websites and e-commerce platforms are not associated (through advertising, redirection to links, etc.) with content providers that do not adequately respect the criteria of quality and regular updating of food information.

3. *Strengthen the effective, clear and truthful transmission of information regarding scientific advances,* as risks also result from a lack of transparency in the field of food research. Make objectives, financing, achievements and failures clear.

4. *Strengthen the interdisciplinary nature of academic research and shared social responsibility* in research centres and in the industry.

5. *Create channels — both institutional and through specific networks — to share information* on concrete methodologies and comparative standards for evaluating risks. Specify, when necessary, privacy requirements between competitive projects.

6. *Scrupulously apply the principle requiring that collected data be appropriate for the ends for which it is gathered.*

7. *Promote the adoption of codes of conduct or ethics by industry and research centres that preserve their integrity* on matters of scientific research and innovation and prevent the appearance of conflicts of interest.

To the media and content providers:

1. *Verify and make explicit in a clear manner, the origin of news and the conflicts of interest that can be involved.* This is a general obligation of professional journalists, but one that requires even greater care, if possible, in the transmission of scientific and health-related information



2. *Apply best practices in scientific communication* in publishing the results of studies on food safety and quality, and regarding the food-health binomial.

3. *Promote specialisation among media professionals* who address information on food safety and the food-health binomial.

To the public:

1. *Foster consumer responsibility* and individual understanding that our purchasing models have consequences for the system of production and distribution of foods.

2. *Adopt a proactive, vigilant and demanding position toward legislative processes*. In particular, participate in forums opened at the European level on the occasion of the negotiation of regulatory measures on food information (given that the European Commission has authority over these matters).

3. *Adopt a responsible and critical attitude toward information obtained through communication and information technologies*, preferring those channels that provide contextualised and easily verifiable information from trustworthy sources.

4. *Collaborate with scientific institutions and public administrations when citizen participation is required*: in surveys, online forums, and debates about the use of emerging technologies applied to foods and in regard to evaluating priorities in their further development.

5. *Participate and generate a culture that values privacy on matters of personal data*, knowing that accumulating information about individuals represents acquiring decision-making power over them; therefore, the means to control who uses our data, how they gather it, and with what aims it is used, becomes an instrument for personal and group freedom.



## MEMBRES DEL GRUP D'OPINIÓ QUE HAN ELABORAT AQUEST DOCUMENT

*María José Plana*

Advocada i directora del màster en Alimentació, Ètica i Dret de la Universitat de Barcelona. Membre de l'Observatori de Bioètica i Dret.

*Itziar de Lecuona*

Doctora en Dret i professora lectora del Departament de Medicina de la Universitat de Barcelona. Sotsdirectora de l'Observatori de Bioètica i Dret.

*Cristina de Benito*

Doctora en Antropologia d'Orientació Pública. Universitat Autònoma de Madrid.

*Maria Rosa Biel*

Enginyera agrònoma. Inspectora de la Subdirecció General de la Inspecció i Control Agroalimentari. Direcció General d'Alimentació, Qualitat i Indústries Agroalimentàries. Departament d'Agricultura, Ramaderia, Pesca i Alimentació. Generalitat de Catalunya. Professora del màster en Alimentació, Ètica i Dret de la Universitat de Barcelona.

*Blanca Bórquez*

Doctora en Dret i màster en Bioètica i Dret de la Universitat de Barcelona. Lletrada de la Biblioteca del Congrés de Xile. Membre de l'Observatori de Bioètica i Dret.

*Lluís Cabré*

Cap de la Unitat de Cures Intensives i Emergències de l'Hospital de Barcelona – SCIAS. Membre de l'Observatori de Bioètica i Dret i president de l'Associació de Bioètica i Dret de la Universitat de Barcelona.

*María Casado*

Catedràtica acreditada de Filosofia del Dret de la Universitat de Barcelona. Directora de l'Observatori de Bioètica i Dret i del màster en Bioètica i Dret. Títular de la Càtedra Unesco de Bioètica.

*Mirentxu Corcoy*

Catedràtica de Dret Penal de la Universitat de Barcelona. Membre de l'Observatori de Bioètica i Dret i professora del màster en Alimentació, Ètica i Dret de la Universitat de Barcelona.

*Fernando García López*

Doctor en Medicina. Especialista en epidemiologia de l'Institut Carlos III, de Madrid. Membre de l'Observatori de Bioètica i Dret.

*Dorleta Isasi*

Dietista. Hospital de Barcelona – SCIAS.

*Fabiola Leyton*

Doctora en Filosofia. Professora associada de Filosofia del Dret i del màster en Alimentació, Ètica i Dret de la Universitat de Barcelona. Membre de l'Observatori de Bioètica i Dret.

*Manuel J. López Baroni*

Professor de Filosofia del Dret de la Universitat Pablo de Olavide, de Sevilla. Membre de l'Observatori de Bioètica i Dret.

*Rosina Malagrida*

Responsable del Living Lab de Salut d'IrsiCaixa. Professora del màster en Bioètica i Dret de la Universitat de Barcelona.

*Eduardo Mariño*

Catedràtic de Farmàcia i Tecnologia Farmacèutica i Físicocòmica de la Universitat de Barcelona. Membre de la Comissió de Bioètica de la Universitat de Barcelona.

*Joaquim Martínez Montauti*

Coordinador del Servei de Medicina Interna de l'Hospital de Barcelona – SCIAS. Membre de l'Observatori de Bioètica i Dret.

*Gloria Pérez*

Doctora en Medicina. Especialista en salut pública. Professora del màster en Alimentació, Ètica i Dret de la Universitat de Barcelona.

*Miquel Portals*

Advocat. Cap dels Serveis Jurídics de l'Institut de Recerca i Tecnologia Agroalimentàries (IRTA).

*Pere Puigdomènech*

Professor d'investigació al Consell Superior d'Investigacions Científiques (CSIC) i director del Centre de Recerca en Agrigenòmica (CRAG).

*Gemma Revuelta*

Metgessa i professora de Comunicació Científica de la Universitat Pompeu Fabra, de Barcelona.

*Albert Royes*

Professor jubilat d'Ètica Mèdica de la Facultat de Medicina de la Universitat de Barcelona. Membre de l'Observatori de Bioètica i Dret i secretari de la Comissió de Bioètica de la Universitat de Barcelona.

*Josep Santaló*

Catedràtic de Biologia Cel·lular de la Universitat Autònoma de Barcelona. Membre de l'Observatori de Bioètica i Dret. Professor del màster en Bioètica i Dret de la Universitat de Barcelona.

# Publicacions del Grup d'Opinió de l'Observatori de Bioètica i Dret de la Universitat de Barcelona

- ❑ Envel·liment i vulnerabilitat (2016)
- ❑ Bioètica i edició genòmica en humans (2016)
- ❑ Integritat científica en recerca i innovació responsable (2016)
- ❑ Bioètica i Big Data de salut (2015)
- ❑ Bioètica i discapacitat (2014)
- ❑ L'accés responsable a la informació jurídic-bioètica en xarxa (2012)
- ❑ Trasplantament d'òrgans de donant viu (2011)
- ❑ Salut sexual i reproductiva en l'adolescència i interrupció voluntària de l'embaràs (2011)
- ❑ Nanotecnologia i bioètica global (2010)
- ❑ Les voluntats anticipades i l'eutanàsia (2009)
- ❑ Limitació de l'esforç terapèutic a les unitats de neonatologia (2009)
- ❑ La interrupció voluntària de l'embaràs (2008)
- ❑ Reproducció assistida (2008)
- ❑ L'objecció de consciència en sanitat (2007)
- ❑ Proves genètiques de filiació (2006)
- ❑ El rebuig dels Testimonis de Jehovà a les transfusions de sang (2005)
- ❑ Dones i ciència (2004)
- ❑ La disposició de la pròpia vida en determinats supòsits: declaració sobre l'eutanàsia (2003)
- ❑ Selecció del sexe (2003)
- ❑ Salut sexual i reproductiva en l'adolescència (2002)
- ❑ Congelació d'oòcits per a la reproducció humana (2002)
- ❑ Cèl·lules mare embrionàries (2001)
- ❑ Les voluntats anticipades (2001)
- ❑ Donació d'oòcits (2001)
- ❑ Investigació amb embrions (2000)

Disponibles en accés obert a:

[www.publicacions.ub.edu/refs/observatoriBioeticaDret/documents.aspx](http://www.publicacions.ub.edu/refs/observatoriBioeticaDret/documents.aspx)



UNIVERSITAT DE  
BARCELONA

Edicions

Amb el suport de:



Obra Social "la Caixa"