



Tribuna

# Alimentos, publicidad y salud

Vicente Rodríguez Fuentes. Abogado especialista en derecho alimentario, Abantia abogados.

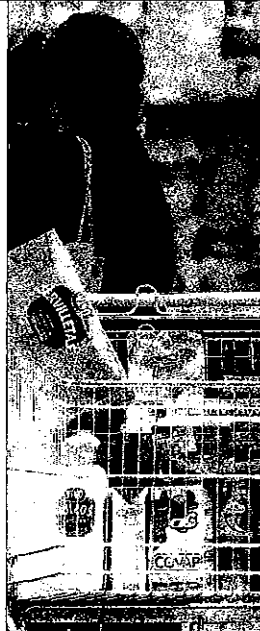
No es una ninguna novedad asociar la alimentación y la dieta con la salud. Lo que sí es más reciente es la cantidad de productos que se presentan en el mercado como poseedores de cualidades que mejoran un aspecto concreto de la salud -incluso la belleza- de las personas. Son los denominados -más o menos estrictamente- alimentos funcionales, ya que se pretenden con un efecto positivo sobre una función del cuerpo. Lo cierto es que este tipo de productos se vende mejor y, de hecho, empiezan a ser mayoría los alimentos que, de una forma u otra, se anuncian con estos efectos.

El problema que este tipo de publicidad plantea es doble. Por un lado, las empresas necesitan presentar sus productos de la forma más favorable posible y la salud es un argumento de venta. Por otro lado, es necesario que exista una base científica que apoye el pretendido beneficio del consumo de ese alimento y que el consumidor lo comprenda. Ningún alimento es el elixir de la juventud ni es una medicina y los beneficios reales que un alimento puede proporcionar se en-

marcan en una dieta y estilo de vida adecuado, que el consumo de ningún alimento concreto puede sustituir.

Ante esta situación, la normativa española existente era claramente insuficiente y desfasada y, ante el riesgo que las distintas interpretaciones nacionales sobre esta materia se convirtiera en un obstáculo para la libre circulación de alimentos en Europa, la Comisión Europea propuso elaborar una norma que regulara de forma uniforme la presentación y publicidad de las cualidades nutricionales y saludables de los alimentos. El resultado es el Reglamento 1924/2006, en aplicación desde el 1 de julio de 2007 (aunque hay que matizar esta fecha, dado los numerosos periodos transitorios para sus diferentes apartados y que llegan hasta el año 2022). Este Reglamento es una norma cuyo principal mérito es su existencia - en el sentido de ser la primera y necesaria norma específica en la materia- pero que es, en importantes apartados, inconcreto y deja un gran margen a su posterior y complicado desarrollo.

El Reglamento se aplica a todo ti-



Das personas realizan la compra en un establecimiento comercial.

po de comunicaciones publicitarias y a la presentación de los alimentos, incluyendo las etiquetas, los envases y las marcas, a todos los alimentos - con limitadas excepciones- para las declaraciones nutricionales o de propiedades saludables de los mismos. Se permite por primera vez -antes estaban prohibidas-, la posibilidad de hacer declaraciones sobre reducción de riesgo de enfermedades. Las declaraciones que se hagan contraviniendo el Reglamento serán consideradas publicidad engañosa.

Las declaraciones de propiedades nutricionales - tipo alto contenido en fibra o bajo contenido en sal- sólo pueden realizarse si son las del anexo del Reglamento. Las declaraciones de propiedades saludables deben de ser autorizadas expresamente por la Comisión a través de un complejo procedimiento, con intervención de la Autoridad Europea de Seguridad Alimentaria. Para las declaraciones que se vengán utilizando en el momento de entrada en vigor del Reglamento existen diversos periodos transitorios. Además, para poder hacer una declaración de propiedades

nutricionales o saludables de un alimento, este debe de reunir unas características previas, tener el perfil nutricional adecuado. La Comisión Europea definirá estos perfiles nutricionales, pero el Reglamento considera negativamente el de aquellos alimentos con alto contenido en azúcar, sal, sodio o grasa, aunque se prevén excepciones. Hay que recordar que una grasa es, por ejemplo, el aceite de oliva que podría verse perjudicado por su perfil nutricional, concepto este que ha sido, de hecho, muy polémico en la elaboración del Reglamento. Además las bebidas alcohólicas de más de 1,2 grados no podrán hacer declaración saludable alguna, otra que no sea la de reducción del contenido de alcohol o energía.

En conclusión, si bien es positivo que exista una norma que regule un sector de enorme interés económico y social en el que existía un claro vacío legal, lo cierto es que el Reglamento es - en gran parte- inconcreto y fragmentado. Quizás no ha podido ser de otra forma, pero una norma legal que deja tanto margen a su posterior desarrollo entra en conflicto con las exigencias de la seguridad jurídica (necesaria para empresarios y consumidores), permite interpretaciones radicales y opuestas (en una materia en que la cultura pesa tanto como la ciencia) y, por ello, se presta a la influencia - el lobby - de los más organizados, generalmente las grandes corporaciones (y, generalmente, no las españolas).