

Societat

CONSUM

Aliments que no són el que semblen

Un estudi de la UB evidencia la confusió que generen les etiquetes del que mengem

ISIDRE ESTÉVEZ
BARCELONA

Si l'etiqueta diu *ecològic* vol dir que no és perjudicial per al medi ambient. Si diu *sense greix* vol dir que no en té. Si diu que els préssecs són de Catalunya vol dir que són de Catalunya. Hauria de ser obvi, però no ho és. Un treball de l'Observatori de Bioètica i Dret de la Universitat de Barcelona posa en negre sobre blanc la distància existent entre el que llegim a l'envàs i el que trobem a dins. Un complex cos legislatiu regula la publicitat i l'etiquetatge dels aliments, però no evita que els consumidors acabin comprant coses que potser no comprarien si realment sabessin què són. Com diuen les autores del document, la legislació vigent "resulta poc útil".

Aliment ecològic

Pot no ser sostenible i pot haver viatjat milers de quilòmetres

Si veiem *ecològic* en una etiqueta entenem que el producte és sostenible, no perjudicial per al medi ambient. Però, amb la llei a la mà, *ecològic* vol dir que en l'elaboració del producte no s'han fet servir transgènics, radiacions ionitzants ni substàncies obtingudes a partir de síntesis químiques. Si compleix aquests requisits es pot vendre com a ecològic, tot i que no sigui sostenible. Molts productes ecològics arriben després de fer milers de quilòmetres de carretera o avió.

Alt contingut

Prendre més calci no vol dir assimilar més calci

Vitamines, minerals, calci... Molts productes, des de galetes fins a iogurts o llets, es publiciten afirmant que tenen un alt contingut en algun nutrient. I els consumidors entenem que uns cereals, per exemple, tenen molta vitamina B. La llei, però, no diu res d'alt contingut, i permet a la indústria comercialitzar productes sota aquesta etiqueta si, per exemple, hi ha el doble de la quantitat habitual d'un nutrient, sense tenir en compte si el producte és assimilable o no per l'organisme. Prendre més calci no vol dir assimilar-ne més. Paguem més per un ingredient que el cos eliminarà sense cap benefici.

Natural

No està regulat per la llei i no vol dir res en concret

És un dels adjectius més utilitzats, perquè és un poderós ham que els consumidors s'empassen en l'ansia per comprar productes sense additius, elaborats sense processos industrials, i perquè, a diferència del



Un home omplint el carretó d'un supermercat amb la llista de la compra a la mà. GETTY

que passa amb altres conceptes, el de *natural* no està regulat per llei, cosa que proporciona a la indústria carta blanca. Amb la llei a la mà, *natural* no vol dir res. Tot pot vendre's amb l'adjectiu *natural*.

'Light'

No ha de ser un producte necessàriament baix en calories

Durant dècades la indústria ha omplert els prestatges de productes *light*, que els consumidors compren convençuts que són més saludables. Però per poder incloure *light* a l'etiqueta, un producte no ha de ser baix en calories, sinó tenir un 30% menys d'alguns dels seus nutrients (un 25% menys si parlem de sal, un 10% menys si parlem d'un micronutrient). A més, la indústria pot compensar la disminució d'aquest nutrient amb l'augment d'un altre, fet que podria arribar a anul·lar qualsevol benefici resultant de la disminució.

País d'origen

Pot ser simplement el lloc on el producte s'hagi envasat

Creiem que si en una etiqueta ens diuen que el país d'origen és França, és que és França. Però això no és el que diu la llei: el país d'origen és aquell on s'ha produït o envasat un producte independentment de l'origen de l'ingredient primari. La mongeta tendra de Múrcia pot ser,

Informats

Les autores de l'estudi alerten que el consumidor ha de conèixer el mercat

en realitat, del Marroc: l'empresa murciana importa el producte del Marroc i es limita a envasar-lo i preparar-lo per distribuir-la. Mongeta marroquina, producte murcià.

Sense sucre

Pot tenir fins a 0,5 grams de sucre per cada 100 grams de producte

Per als consumidors, sense sucre vol dir que té un 0% de sucre. Però per a la llei, sense sucre no vol dir 0 grams, sinó fins a 0,5 grams de sucre per cada 100 grams de producte. El mateix passa amb "sense greix". També en aquest cas es pot compensar la disminució d'un nutrient amb l'augment d'un altre. En aliments baixos en greix la reducció es compensa amb l'augment de sucre per matisar la pèrdua de gust.

"Al límit de la llei"

¿Això vol dir que la indústria enganya el consumidor? Maria José Plana, doctora en dret alimentari i una de les coordinadores del treball de l'Observatori, creu que no es pot dir que la indústria protagonitzi una estafa a gran escala, tenint en compte que segueix la llei al peu de la lletra. Els fabricants fan el que la llei els permet. Admet, però, que tot i que no incompleix la llei, la indústria "camina pel límit". Plana considera que el problema no és tant la llei com la qualitat de la informació:

la solució no passa per canvis legislatius (que depenen de la UE i són lents), sinó per millorar el coneixement que la gent té de la matèria.

Plana creu que no tenim energia ni temps per llegir amb atenció i desxifrar les etiquetes quan fem la compra. Reivindica la importància de formar els nens a l'escola i de vigilar l'allau de material sobre alimentació a internet. I recorda que els ciutadans estan més interessats i conscienciats que mai. "Fa uns anys només ens preocupava el preu, ara volem saber què mengem", diu.

Itziar de Lecuona, professora del departament de salut pública de la Facultat de Medicina i co-coordinadora de l'estudi de la UB, destaca la diferència que hi ha entre Catalunya i Espanya i els països del nord d'Europa, on hi ha grups de consumidors que pressionen els governs perquè posin límits a una indústria que lluita per evitar les regulacions.

Plana es mostra optimista. Posa com a exemple la pressió que va fer la indústria per aconseguir que la UE regulés el mercat dels productes amb alt contingut de nutrients per vendre'ls més cars, com la llet amb més calci o amb omega-3. La doctora creu que el consumidor s'ha anat conscienciant i comença a rebutjar el que entén com un moviment purament lucratiu. És la venjança del comprador quan se sent enganyat. —