

LA ALIMENTACIÓN DEL SIGLO XXI:

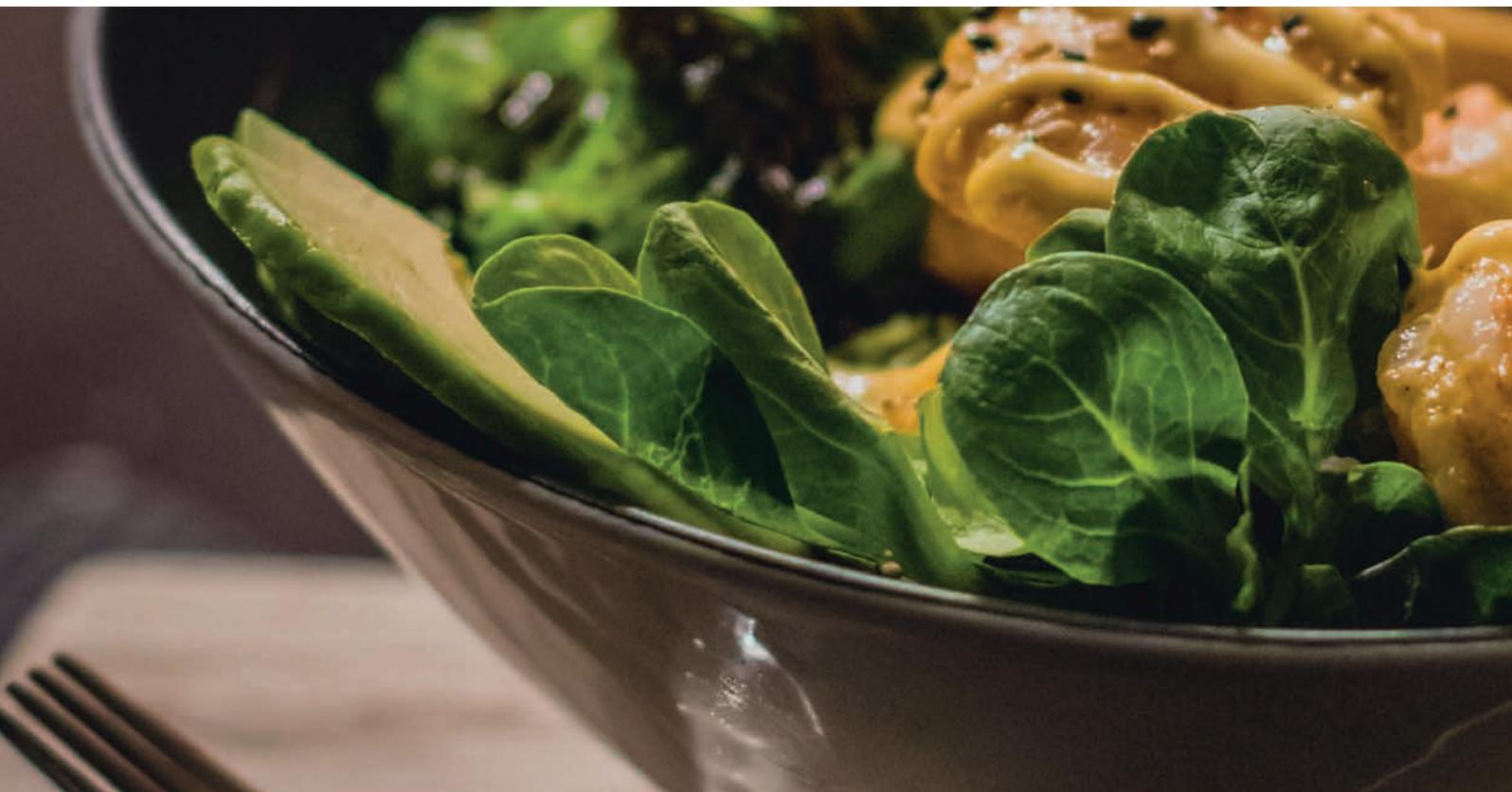
Un objetivo común basado en la evidencia científica

Coordinadores científicos:

Javier Aranceta Bartrina. Doctor en Medicina y Nutrición. Presidente del Comité Científico de la Sociedad Española de Nutrición Comunitaria (SENC)

Gregorio Varela Moreiras. Catedrático de Nutrición y Bromatología, Universidad San Pablo-CEU. Presidente FEN

Lluís Serra Majem. Catedrático de Medicina Preventiva de la Universidad de Las Palmas de Gran Canaria



Coordinación:



Entidades colaboradoras:



Agradecimiento del editor

Esta obra es una idea de Fundación Española de la Nutrición (FEN), Sociedad Española de Nutrición Comunitaria (SENC), Sociedad Española de Médicos de Atención Primaria (SEMERGEN) y Fundación Española del Corazón (FEC), coordinada por Agrifood Comunicación. Este gran documento sobre lo que significa en la actualidad la alimentación en España y sobre todo lo que significará en el futuro está elaborado por una serie de expertos con amplia experiencia en sus disciplinas, a los que aprovechamos estas líneas para agradecerles su colaboración desinteresada. Muchas gracias.

Entidades colaboradoras:



Edita: Agrifood Comunicación
C/ Daoiz N°6 Bajo B
28004 Madrid, España
www.agrifood.es
Tel: 91 721 79 29
agrifood@agrifood.es

ISBN: 978-84-09-24285-6

Madrid, 16 de octubre de 2020

Coordinación:



La alimentación en la España del siglo XXI: Un objetivo común basado en la evidencia científica

Ricardo Migueláñez Pastor. Director General de Agrifood Comunicación

José M. Mulet Salort. Profesor de Biotecnología en la Universitat Politècnica de València

Luis Planas Puchades. Ministro de Agricultura, Pesca y Alimentación

Daniel Ramón Vidal. Vicepresidente de I+D en Nutrición y Salud de ADM

Eduardo de Miguel Beascochea. Director-Gerente de Fundación Global Nature

Jordi Domingo Calabuig. Responsable Área Agricultura Sostenible de Fundación Global Nature

Teresa María López Díaz. Profesora Titular, Departamento de Higiene y Tecnología de los Alimentos, Facultad de Veterinaria, Universidad de León

Miguel Prieto Maradona. Catedrático de Universidad, Departamento de Higiene y Tecnología de los Alimentos, Facultad de Veterinaria, Universidad de León

Avelino Álvarez Ordóñez. Profesor Ayudante Doctor, Departamento de Higiene y Tecnología de los Alimentos, Facultad de Veterinaria, Universidad de León

Javier Aranceta Bartrina. Doctor en Medicina y Nutrición. Presidente del Comité Científico de la Sociedad Española de Nutrición Comunitaria (SENC)

Carmen Pérez-Rodrigo. PDI en Universidad del País Vasco/Euskal Herriko Unibertsitatea

Gregorio Varela Moreiras. Catedrático de Nutrición y Bromatología, Universidad San Pablo-CEU. Presidente FEN

Vicente Pascual Fuster. Responsable de Investigación Grupo de Nutrición de la Sociedad Española de Médicos de Atención Primaria (SEMERGEN)

José Manuel Fernández García. Coordinador nacional del Grupo de Nutrición de la Sociedad Española de Médicos de Atención Primaria (SEMERGEN)

Marta Gianzo Citores. Sociedad Española de Nutrición Comunitaria (SENC)

Patricia Matey. Jefa sección Alimento en El Confidencial

Elisa Plumed Lucas. Periodista especializada en agroalimentación

Fernando Móner Romero. Presidente de la Confederación de Consumidores y Usuarios (CECU)

José Luis Llísterri Caro. Presidente del Grupo de Nutrición de la Sociedad Española de Médicos de Atención Primaria (SEMERGEN)

Luis Serra Majem. Catedrático de Medicina Preventiva de la Universidad de Las Palmas de Gran Canaria

Jacqueline Álvarez Pérez. Investigadora Senior, Grupo de Nutrición, Instituto Universitario de Investigaciones Biomédicas y Sanitarias, Universidad de Las Palmas de Gran Canaria

Carmen Rosa Perdomo Bordon. Técnico Inspector de Salud Pública, Dirección de Área de Salud de Gran Canaria, Servicio Canario de Salud, Gobierno de Canarias

Rafael Ansón Oliart. Presidente de la Real Academia Española de Gastronomía

Índice

Prólogo	
Javier Aranceta, Gregorio Varela Moreiras y Lluís Serra Majem	6
1. Análisis de la situación actual	
Ricardo Migueláñez	8
2. La producción de alimentos en la actualidad	
José M. Mulet.....	12
3. Modelo de producción agroalimentario europeo	
Luis Planas	19
4. El modelo de futuro hacia el que tendemos	
Daniel Ramón.....	23
4.1. Hacia un modelo productivo competitivo, respetuoso con el medio ambiente y socialmente justo	
Eduardo de Miguel y Jordi Domingo.....	29
4.2. Seguridad alimentaria	
Teresa María López, Miguel Prieto y Avelino Álvarez.....	37
5. La alimentación de los españoles. Guías alimentarias para la población española	
Javier Aranceta, Carmen Pérez-Rodrigo y Gregorio Varela Moreiras	46
6. El nuevo estilo de vida	
Vicente Pascual, José Manuel Fernández	58
7. La evidencia científica	
Javier Aranceta, Marta Gianzo, Gregorio Varela Moreiras y Carmen Pérez	71
8. La agroalimentación en la sociedad	89
8.1. Las informaciones generadas por los medios de comunicación	
Ricardo Migueláñez, Patricia Matey y Elisa Plumed	90
8.2. La formación de los consumidores	
Fernando Móner.....	94
8.3. La formación de los profesionales de la salud	
José Luis Llisterri, José Manuel Fernández.....	98
9. El papel de la Administración Pública en el futuro modelo de producción y su comunicación hacia la sociedad (Pendiente)	
Luis Serra Majem, Jacqueline Álvarez, Carmen Rosa Perdomo.....	101
10. Alimentación y disfrute	
Rafael Ansón.....	112

08

LA AGROALIMENTACIÓN EN LA SOCIEDAD

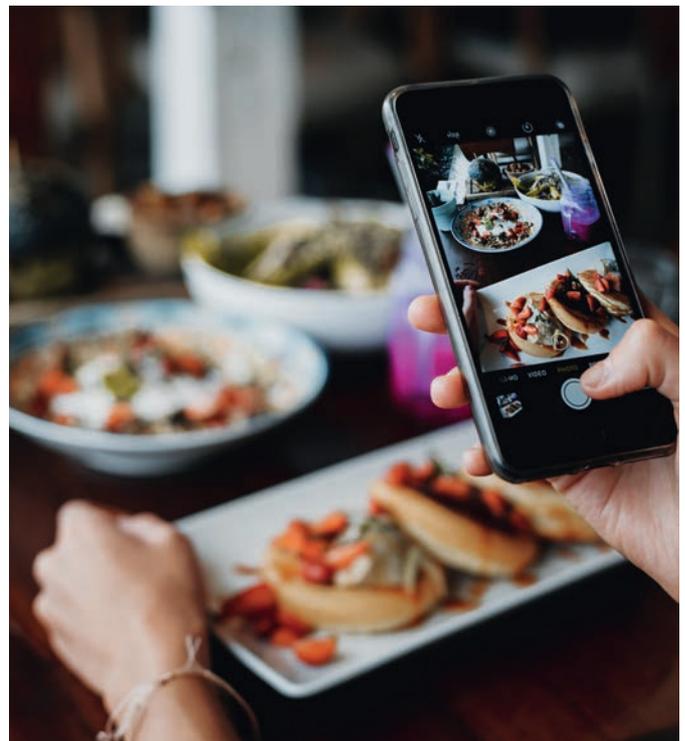
La nueva era en la que vivimos, sin duda, viene marcada por la digitalización, y con ella la capacidad de búsqueda de información, pero ésta se ha convertido en un arma de doble filo: por un lado, la facilidad para encontrar noticias nos hace creer que estamos más informados día a día, pero por otro la veracidad de la información se está viendo cada vez más comprometida, debido en gran parte al famoso 'Clickbait' o "ciberanzuelo" que antepone los ingresos que genera entrar en una noticia a la veracidad y el rigor de la misma.

El sector agroalimentario no está libre de este fenómeno, y es que los bulos, paparruchas o "fake news" junto con los 'Influencers' se han introducido en la alimentación, contribuyendo, unas veces, a echar por tierra el trabajo de los diferentes eslabones de la cadena agroalimentaria y otras a generar dudas en el consumidor. Un consumidor que, cada vez más, necesita estar lo más informado posible y que debe recibir un mensaje claro con las menores posibilidades de ser malinterpretado.

No hay que tener miedo a comunicar, ni a pasarse de comunicadores. Si los emisores no comunican bien su mensaje podrían perder credibilidad, una credibilidad que hay que ir ganando desde antes de lanzar el primer comunicado. Si el emisor tiene credibilidad, el mensaje también lo tendrá, y sentará las bases de la confianza en el consumidor, que lo llevará a buscar la fuente del mensaje cuando dude de la veracidad del mismo.

Y la información debe de venir acompañada de formación, puesto que no existe una buena comunicación real y objetiva sin una buena capacitación profesional. La sociedad en general,

los profesionales de la salud que atienden a las personas a lo largo de las distintas etapas de su vida deben tener la mejor información posible para decidir qué comen y qué no para poder aconsejar de una forma eficiente. También sería recomendable hacer pedagogía alimentaria en los colegios, ya que una de las labores educativas más importantes para promocionar la salud es aconsejar sobre unos adecuados hábitos dietéticos, con el fin de evitar enfermedades como la obesidad y otras patologías que pueden desencadenar en la muerte. Seguir una dieta equilibrada combinada con ejercicio físico regular son elementos fundamentales para mantener una vida saludable.



08.1

LAS INFORMACIONES GENERADAS POR LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

Ricardo Migueláñez. Director General de Agrifood Comunicación

Patricia Matey. Jefa sección Alimento en El Confidencial

Elisa Plumed. Periodista especializada en agroalimentación

La nueva sociedad de la información y la comunicación ofrece, a todo aquel que quiera difundir información, nuevos canales y formatos fácilmente disponibles, que pueden llegar a tener una gran difusión gestionados convenientemente.

Los ciudadanos tienen acceso, particularmente a través de internet, a un gran volumen de noticias, tantas que este fenómeno de sobre-información se conoce como infoxicación, ya que la sociedad tiene una gran inquietud por saber si lo que circula por la red o lo que se emite en televisión es veraz.

Actualmente, todo lo relativo a la alimentación y a los diferentes sistemas productivos tiene mucha visibilidad en los medios de comunicación, pero sobre todo en los formatos digitales y pocas veces desde una óptica positiva.

¿Por qué? Pues por varias razones

En primer lugar porque la comunicación no ha sido una prioridad para los productores de alimentos, su industria y distribución. Hasta hace unas pocas décadas, las sociedades eran más rurales y, por lo tanto, más cercanas a la producción y transformación de los alimentos que las actuales, en ese sentido, no existía dicha necesidad de informar sobre algo que era más cercano.

El actual desconocimiento de cómo se producen los alimentos se ha generado, en parte, por el paso de una sociedad rural a otra urbana, sin que los productores de alimentos hayan tenido la necesidad de contar el papel que cumplen en el entramado económico y social. En este sentido, hay que tener en cuenta que aquellos sectores agroalimentarios que, por su propia idiosincrasia, están más cercanos al consumidor sí que se han mostrado más sensibles a comunicar que los que se encuentran en un eslabón más al principio de la cadena. Y precisamente, en este punto, se puede constatar que la industria alimentaria o el sector de la comercialización se han preocupado más por contar su trabajo que el de la producción.

Este, junto a otros motivos, ha llevado a que, a día de hoy, sean muchos los ciudadanos que desconocen cómo se produce la gran variedad de alimentos a los que tienen acceso y que se dé credibilidad a informaciones como que tomar leche de vaca sin hervirla es más sano que la leche pasteurizada o UHT (afirmaciones que llegaron a obtener incluso más credibilidad al estar apoyadas por representantes de las administraciones públicas).

Fast food... y fast news

Los medios de comunicación masivos cada día lo tienen más complicado para hacer periodismo de calidad porque desde hace unos años están afectados por una gran crisis, generada, a su vez, por varias crisis

diferentes. Una de ellas es la económica, y afecta principalmente a la prensa escrita, que no ha terminado de hacer una buena transición del papel a internet. Además, las inversiones de publicidad en periódicos y revistas (que en la mayoría de los casos no son tan cuantiosas como antes) se han diversificado. Todo ello ha repercutido en los propios profesionales, tanto en lo relativo a los sueldos, como a los puestos de trabajo.

Las redacciones cada vez cuentan con menos gente y, por tanto, los redactores no pueden estar especializados en una materia porque un día tienen que escribir o hablar de un tema y al día siguiente de otro totalmente diferente.

Asimismo, los periodistas tienen que publicar diariamente más informaciones que antes y elaborar un contenido más variado (muchas veces, un mismo periodista, además del texto, hace la foto, toma y edita sonidos o incluso graba un pequeño vídeo).

A todo ello hay que añadir que el famoso "Clickbait" o "ciberanzuelo" que es un concepto por el cual se busca generar clicks que repercutirán en ingresos por las visitas que tenga un artículo.

Cuando un redactor de la plantilla o un freelance, (que cada vez son más habituales en las redacciones por la falta de medios para contratarlos en plantilla), propone un tema al director del medio digital, marca unos objetivos de click o de las visitas que va a generar dicho reportaje, de forma que incluso la remuneración del mismo puede estar vinculada a esta cuestión. Incluso en algunas redacciones, para generar presión sobre los redactores, se han puesto pantallas de televisión para saber cuáles son las informaciones que están siendo más "clickadas" en ese día.

Esto hace que los autores tengan que incluir titulares muy impactantes, que no tienen por qué referirse totalmente a lo que se indica en el interior del artículo, pero que seguro que van a generar más accesos que un titular mucho más plano que refleje la realidad de lo que se cuenta.

Esta situación está propiciando un tipo de artículos y de periodismo que no ofrece muchas garantías a los lectores y que provoca algo que se ha hecho muy cotidiano para los lectores en los últimos meses, las famosas "fake news", bulos o paparruchas.

Aunque las malas praxis están muy extendidas en el periodismo actual, también hay que dejar claro que

no todos los medios son iguales. Hay algunos que ya se han dado cuenta de este peligro y tratan de equilibrar sus mensajes, puesto que entienden que no merece la pena perder el prestigio de un medio serio ante unos pocos "clicks" más que genere un titular demasiado escandaloso. Por ello, hay redacciones que en la sección de Salud o Alimentación cuentan con periodistas especializados, ya que la especialización podría ser una parte de la solución para difundir noticias con mayor rigor informativo y mejores fuentes de información.

La otra parte

Sin embargo, no se puede ni se debe echar la culpa solamente a una parte; ya que las asociaciones que representan a un tipo de productores o las empresas de alimentación, tampoco han hecho sus deberes.

La vinculación entre la alimentación y la salud ha llevado a que los gabinetes de comunicación de las asociaciones de productores de diferentes alimentos los promocionaran por sus propiedades nutritivas, calificándolos, en ocasiones como de "superalimentos", cuando ninguno es tal.

Hasta la entrada en vigor del Reglamento (CE) Nº 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, se podía hacer publicidad y comunicar las propiedades de un producto sin estar probado y



comprobado por la Autoridad Europea de Seguridad Alimentaria (EFSA). A partir de ese momento, las empresas y asociaciones que defienden los intereses de un producto no pueden publicitar ninguna propiedad que no esté incluida entre las alegaciones permitidas por esta institución europea.

Por lo tanto, los productores agrarios y la propia industria alimentaria también han contribuido a generar parte de esas informaciones confusas que ahora se han vuelto contra ellos, quizá porque la comunicación no se ha trabajado del todo bien al mezclarla con el marketing.

Los marketinianos han tenido siempre mucho más poder y, sobre todo, más presupuesto que la comunicación, por tanto, muchas empresas han priorizado mensajes que fomentaban más las ventas que aquellos mensajes que van a más largo plazo, que hacen reflexionar al consumidor y le ayudan a entender mejor por qué tenían que comprar un producto.

También se ha priorizado más la comunicación comercial de una marca específica, que la potenciación del conocimiento de un producto o una categoría, lo que se ha demostrado que no es positivo a largo plazo. La capacidad de recuerdo de una marca por parte de un cliente es mucho menor que la que puede tener ante mensajes mucho más potentes sobre un alimento.

Esto ha ocurrido con dos productos: la cerveza y el aceite de oliva. En su día, los colectivos que lo representan decidieron apostar por comunicar sobre el alimento, no sobre las marcas, los primeros en España y los segundos a nivel internacional. El resultado ha sido que la imagen de la cerveza en nuestro país ha pasado ser más positiva y la del aceite de oliva fuera de nuestras fronteras es increíble a raíz de las campañas realizadas.

Y esto no sólo lo han hecho las empresas de la producción, agricultores, ganaderos e industria alimentaria, también lo han hecho las de la distribución organizada. Este tipo de compañías, según ellos, trabajan con unos márgenes comerciales muy pequeños y, por tanto, no tienen muchas posibilidades de maniobrar con los precios de los productos que comercializan, por lo que tienen que generar mucha rotación para que las ventas de millones de unidades les resulten rentables.

Pues bien, este tipo de empresas no han dado a la alimentación la importancia que tiene y se han

limitado, en la mayoría de los casos, a trasladar a los consumidores ofertas y descuentos que, pienso, solo hacían desmerecer la imagen y valor de los alimentos. Las ofertas 3x2 o regalar un alimento por la compra de otra cosa, por ejemplo, una caja de fresas gratis por adquirir una compra superior a una cantidad, no sirven nada más que para tirar por tierra el trabajo de los agricultores y ganaderos, porque lo minusvalora también y el precio de los productos que generan.

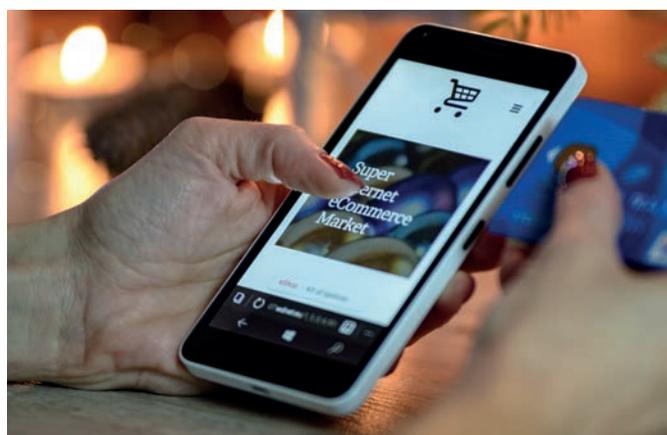
Nuevos "comunicadores" o "influencers"

Al mismo tiempo que los periódicos tradicionales se trasladaron a Internet, aparecieron páginas, blogs, redes sociales y otros formatos que han democratizado la difusión de contenidos a todo aquel que lo quiera hacer.

De esta forma, internet y sus nuevos formatos han permitido comunicar a diferentes tipos de personas que han creado sus perfiles en las redes sociales, y han atraído público a sus blogs o viceversa. Muchos de ellos han ido cogiendo cada vez más fuerza en función del número de seguidores que han tenido y se han convertido en fuentes de información directas para el público, o incluso, en colaboradores de los medios de comunicación tradicionales.

Así, alrededor de los alimentos se ha generado un movimiento de personas en las redes sociales, podríamos llamarles "influencers de la alimentación", que pueden coger un producto, un método de producción o cualquier actividad lícita y destruirlo o llevarlo hasta el cielo, en función de sus opiniones.

En este sentido, existen "influencers" de toda condición: los que atacan a todo tipo de producto, con o sin motivo; los que tratan de mediar y ejercen de árbitro en los conflictos que se generan en las redes donde, abierto un debate, surge una horda de seguidores que apoyan a unos u otros y se generan controversias, hasta los que se atreven con los ataques personales que para nada son justificables. También existen perfiles que se casan con





una u otra marca o producto y hablan maravillas de él, sin ver ningún problema en su consumo a todas horas, cuando, según los nutricionistas, todos los alimentos deben de consumirse en su justa medida, dentro de una dieta variada y equilibrada.

Las afirmaciones de este tipo de influencers que atacan constantemente a los alimentos, parece ser que no están reguladas por el Reglamento (CE) Nº 1924/2006 de alegaciones que anteriormente apuntado. Ellos sí que pueden decirle a la ciudadanía (porque las redes sociales y los medios de comunicación se hacen eco de los artículos de sus blogs) que el consumo de un producto es perjudicial y no pasa nada.

Este tipo de perfiles basan su actividad en el número de seguidores que tienen. En ocasiones, las propias marcas de alimentación o de distribución los contratan para que hablen bien de sus productos en cualquiera de las redes sociales. Y ello lleva a la confusión del público, ya que los seguidores de estos influencers no pueden distinguir cuándo se trata de una publicidad encubierta.

Para ayudar a ser más transparente, en la actualidad existen códigos de buena conducta (no obligatorios) que animan a identificar las acciones publicitarias con el hashtag #AD o #publicidad. Sin embargo, la Ley de Servicios de la Sociedad de la Información (LSSI) establece en su artículo 20 las siguientes condiciones a la hora de publicitar una marca o un producto en Internet: "Las comunicaciones comerciales realizadas por vía electrónica deberán ser claramente identificables como tales, y la persona física o jurídica en nombre de la cual se realizan también deberá ser claramente identificable".

En definitiva, la información sobre alimentación en el entorno digital se ha convertido en una jungla total en la que los consumidores son los perjudicados, ya que están desprotegidos ante tanta "infoxicación", el usuario difícilmente

pueden identificar si una información es veraz o está patrocinada y, antes de darle credibilidad, sería conveniente investigar al "influencer" que hace tal afirmación, su formación profesional, su ética y sus intereses, lo cual es una labor demasiado ardua para realizar constantemente.

Branded content o contenido de marca

Últimamente ha aparecido un nuevo formato de información, similar a los conocidos publirreportajes. Se trata de "branded content" o "contenido de marca" y es aquel contenido que genera la propia empresa o marca vinculándolo a uno de sus productos, de manera que el consumidor se conecte más con la propia marca y sea fidelizado.

En cuanto a la legalidad o no de esta práctica, sigue reinando cierta ambigüedad sobre la obligación o no de especificar en el contenido las palabras 'publi' o 'publicidad' con una llamada en este tipo de contenidos. La decisión se deja en manos de la ética y/o el buen hacer tanto del medio que lo publica como de la empresa que lo contrata, para con sus lectores o clientes, por ahora.

Conclusiones

Con todo esto, la falta de medios de las tradicionales empresas de comunicación para invertir en el buen periodismo y en informaciones de calidad junto con la explosión en internet de nuevos perfiles de comunicadores que tienen un fácil acceso a la difusión de sus opiniones y creencias, ha cambiado mucho el panorama de la información. Actualmente, el ciudadano se encuentra en una situación en la que es él quien debe cribar toda la información que le llega o a la que tiene acceso, lo que en la mayoría de las ocasiones, resulta prácticamente imposible porque no tiene acceso a las fuentes de información fidedignas.

¿Cómo se podría cambiar este modelo y la imagen de la alimentación frente a la sociedad?

Posiblemente a través de la profesionalización de la comunicación en todas las empresas: las de alimentación y las periodísticas. Es decir, de una parte contar con organizaciones, entidades, asociaciones y empresas productoras de alimentos que incluyan la comunicación honesta entre sus estrategias empresariales, y de otra, con empresas periodísticas que apuesten por periodistas especializados, o al menos, sensibilizados con la producción de alimentos y sus propiedades, para que los reportajes y las informaciones de los medios de comunicación sean lo menos sesgadas posibles. Con ello, se conseguiría que el consumidor se sintiera más seguro ante lo que escucha, lee y después consume.

08.2

LA FORMACIÓN DE LOS CONSUMIDORES

Fernando Móner. Presidente de la Confederación de Consumidores y Usuarios (CECU)

Estamos en el siglo XXI y, aunque muchos pensaban que las nuevas tecnologías habrían conseguido profundizar en los hábitos de los consumidores, en su capacidad de adquirir conocimientos y que nuestra sabiduría estaría en niveles nunca imaginados, la verdad y la realidad no solo nos dicen que no hemos llegado a esos niveles, sino que además podemos estar retrocediendo a pasos agigantados por el progresivo crecimiento de la información errónea, falsa, directamente preparada para modificar nuestros pensamientos críticos y, con ellos, nuestra formación y hábitos. Por eso, hoy más que nunca, es imprescindible hablar de formación, comunicación, veracidad y fake news.

La base del correcto funcionamiento del mercado y de la confluencia en él de la oferta y la demanda, ha de fundamentarse, indudablemente, en el respeto a los principios básicos reconocidos a los consumidores en el artículo 8 del Real Decreto Legislativo 1/2007, de 16 de noviembre, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios (LGDCU). A saber, en el caso que nos ocupa: i) la protección contra los riesgos que puedan afectar su salud o seguridad; ii) la protección de sus legítimos intereses económicos y sociales en particular frente a las prácticas comerciales desleales; y iii) la información correcta sobre los diferentes bienes o servicios y la educación y divulgación para facilitar el conocimiento sobre su adecuado uso, consumo o disfrute, entre otros.

Todo esto está en peligro cuando no existe una buena comunicación o los mensajes no tienen un

contenido veraz. Por ello, es importante desgranar de manera clara qué entendemos por formar e informar a los consumidores y la increíble importancia que esto tiene para encontrar el consumo responsable en nuestros hábitos de compra y consumo.

COMUNICACIÓN: La comunicación es el proceso de transmisión e intercambio de mensajes entre un emisor y un receptor.

Por lo tanto, en base a ese significado, la comunicación debe ser lo más transparente y ágil posible, con un mensaje claro, perfectamente legible y comprensible por el receptor del mismo. Y, sin duda, es aquí donde debemos empezar a subrayar la importancia de los medios que se utilizan para llegar a ese receptor que, en nuestro caso, debería ser el **Consumidor**.

El Consumidor debe recibir un mensaje claro y con las menos posibilidades de ser interpretado, máxime en temas o sectores donde no tiene el grado de formación necesario para interpretar ciertos mensajes. Y, sin duda alguna, la alimentación, la nutrición y la seguridad alimentaria son esos temas donde la claridad de ideas en los mensajes a transmitir debe ser imprescindible.

¿Cómo podemos comunicar al consumidor una dieta equilibrada si no le explicamos antes las diferencias entre los diferentes tipos de grasas? ¿Cómo podemos comunicarle solamente que debemos reducir grasas en nuestra dieta? ¿Qué tipo de grasas y en qué cuantía? Y eso independientemente de cuando hablamos de grasas, azúcares, proteínas, etc.

¿Cómo podemos transmitir a los consumidores información sobre casos de alarmas, alertas o fraudes en la alimentación o en los hábitos alimenticios, si antes

no le formamos para que sepa la diferencia de cada una de esas expresiones o conceptos?

Por lo tanto, primero hemos de dar forma al mensaje y eso significa consensuar el contenido en base al receptor del mismo y su capacidad de interpretar positivamente el mensaje.

Posteriormente, elegir la vía de transmisión de la citada información en base al contenido del mensaje y también a las características de los receptores. No es lo mismo dirigirnos a niños que a adultos, a universitarios que a personas con estudios primarios; y eso nos hará diferenciar contenidos y vías de trasmisión.

Como regla general, no debemos tener miedo a pasarnos en la cantidad de información a transmitir. Siempre genera menos recelos pasarse que no llegar, puesto que esto último hace pensar a los receptores que los emisores querían esconder algo. Por lo tanto, si tenemos que informar sobre una alerta, cuando lo hagamos (pues el momento elegido también es importante) debemos hacerlo con la información suficiente como para evitar recelos de los receptores y sin ningún error que haga perder credibilidad al mensaje y al emisor, aunque es verdad que esa credibilidad se tiene que ir construyendo mucho antes de lanzar el primer mensaje.

El emisor del mensaje, sin duda, debe transmitir la credibilidad y las garantías de las que antes hablábamos. Cuando el receptor de una información recibe un mensaje debe dar credibilidad al mismo en base a la credibilidad del emisor. Un mensaje sobre las propiedades de un alimento no va a tener la misma consistencia y credibilidad si el emisor es una persona con reputada experiencia y conocimientos en la materia que un joven influencer sin ninguna formación académica sobre la misma. O, por lo menos, no debería ser así (la realidad nos dice que, por desgracia, en muchos de estos casos sí que estamos retrocediendo, puesto que hay colectivos de personas que empiezan a dar más credibilidad a un actor, deportista, youtuber o influencer en temas nutricionales que a un científico especializado en análisis de propiedades de los alimentos).

Formación de los Consumidores:

Emisor: Sin duda, el emisor no tiene que ser individual, puede ser perfectamente un colectivo o un grupo claramente definido. Lo importante del emisor no solo es que sepa transmitir el

mensaje de manera clara y concisa, sino que tenga (como anteriormente ya mencionábamos) una base de credibilidad importante. Si el emisor tiene credibilidad, el mensaje también lo tendrá. Por eso es tan importante, cuando nos llega un mensaje, verificar el origen del mismo, es decir, quién es el emisor del citado mensaje. Esta sería una de las primeras premisas para diferenciar una fake news de una información o noticia veraz. Hay decenas de encuestas en ámbitos locales, regionales y europeos que hablan de la credibilidad de diferentes estamentos, instituciones, organizaciones, etc. frente a las personas y esto nos debe servir como guía de quién es importante que comunique, es decir, que actúe como emisor.

Mensaje: Hablábamos anteriormente de la importancia del mensaje y de que este fuera lo más consensuado posible y lo hacíamos porque, a la hora de formar a los consumidores, tan importante es la aportación de un profesional de la materia como de un buen comunicador que ayude a expresar el mensaje, para que este sea altamente comprensible entre los destinatarios. El contenido debe adaptarse al destinatario para que sea efectivo. Aunque estemos hablando de la misma materia, debemos presentar el contenido de manera diferente si el destinatario es un niño o es un adulto, si es una persona con una base de conocimientos o no, etc.

Receptor: El consumidor, obviamente, no es un receptor único con unas características comunes, sino que hay muchos modelos de consumidores y, por lo tanto, receptores con características y necesidades distintas. Es necesario evaluar a qué grupo de consumidores queremos dirigirnos y eso nos servirá para preparar el contenido del mensaje, la forma de hacérselo llegar y conseguir mejores niveles de eficacia y eficiencia.

Las Asociaciones de Consumidores tienen una gran experiencia formativa e informativa con los consumidores, con sus diferentes capacidades y necesidades, y por eso la formación de los consumidores debe ser una asignatura donde las Asociaciones de Consumidores podemos y debemos participar de manera activa.

Es necesario seguir pautas a la hora de hablar de formación de los consumidores:

- Imprescindible conseguir que, de manera estructural, pongamos la formación de los consumidores en la educación básica obligatoria, donde temas como los hábitos saludables en la alimentación, el reciclaje, la eficiencia de los suministros básicos, la economía doméstica..., formen parte de manera clara en la educación de nuestros hijos.

- Importante diferenciar el tipo de información a transmitir y hacerlo de manera conjunta con otros eslabones o agentes del sector. Por ejemplo, si queremos enviar un mensaje sobre el consumo de carne a determinadas edades deberíamos hablar conjuntamente la industria cárnica, el sector primario, la distribución, la Administración, los profesionales de la sanidad y las Asociaciones de Consumidores e intentar consensuar mensajes y formas de hacerlos llegar.
- Administración y empresas deben invertir mucho más en formación de los consumidores. Es increíble que en el siglo XXI no haya muchos más acuerdos de colaboración conjuntos debidamente presupuestados que nos permitan llegar a cientos de miles de consumidores cada año para transmitirles valores, pautas, informaciones que provoquen un consumo mucho más racional, crítico y responsable.
- El 50% de los consumidores cambia sus pautas de compra y de consumo en base a la información que recibe, independientemente de que esta información sea veraz o falsa. Además, se prevé que en tres o cuatro años más de la mitad de la información que se moverá a través de las nuevas tecnologías (y no tan nuevas) será falsa, es decir, fake news, con lo cual los cambios de hábitos serán más ágiles y posiblemente menos acertados.
- Según datos del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación:

La Comisión Europea estima que cada año se desaprovechan en el mundo más de 1.300 millones de toneladas de alimentos, es decir, 1/3 de la producción mundial, de los que 89 millones de toneladas de comida en buen estado corresponden a la Unión Europea.

179 kilos por habitante de alimentos desperdiciados y ello sin contar los de origen agrícola generados en el proceso de producción ni los descartes de pescado arrojados al mar.

170 millones de toneladas equivalentes de CO₂ al año.

Entre un 30% y un 50% de los alimentos sanos y comestibles a lo largo de todos los eslabones de la cadena agroalimentaria hasta llegar al consumidor que podrían ser aprovechables se convierten en residuos.

En los hogares, el desperdicio alimentario alcanza el 42% del total, en la fase de fabricación el 39%, en la restauración el 14% y en la distribución el 5%.

España es el séptimo país que más comida desperdicia (7,7 millones de t), tras reino Unido (14,4 millones de toneladas) Alemania (10,3 millones de toneladas), Holanda (9,4 millones de toneladas) Francia (9 millones de toneladas) Polonia (8,9 millones de toneladas) e Italia (8,8 millones de toneladas).



¿Cuánto podrían aumentar o reducirse estas cifras si contamos con una buena o mala comunicación en la formación de los consumidores?

Pero hemos estado hablando de comunicación y debemos destacar también el contenido o mensaje que trasladar y, por ello, debemos hablar de la creciente importancia del fenómeno de las fake news y, en especial, su incidencia en la alimentación. Y es entonces cuando la preocupación crece en progresión geométrica y no aritmética. El sector de la alimentación mueve miles de millones de euros y es, además, un sector con una competencia feroz y casi perfecta, además de otros intereses relacionados.

Veamos algunas reflexiones:

- Una noticia falsa tiene un 70% más de posibilidades de ser compartida que una noticia veraz.
- Siete médicos de cada diez han atendido alguna vez una consulta relativa a una noticia falsa.
- En cuatro o cinco años la mitad de las noticias que circulan por las redes serán falsas y muchas de ellas en el sector de la alimentación.

¿Es preocupante?

Pues claro que lo es. Y, ¿cómo solucionarlo?

Estrategia y acción conjunta de todos los eslabones. Es decir, que los agentes del sector, empezando por el sector primario y terminando por las Asociaciones que representamos a los consumidores, debemos potenciar estrategias conjuntas. Y no sería la primera vez que una gran o pequeña empresa se dirige a nosotros buscando esa colaboración. Aunque es verdad que no todas las Asociaciones de Consumidores actúan con la misma responsabilidad (tampoco todas las empresas ni todos los representantes de las administraciones), algunas hemos demostrado que la confidencialidad y el tratamiento responsable de la información, son características que nos definen.

Hoy en día es muy fácil encontrar empresas, cada vez más profesionales, que actúan con una transparencia creciente y abren las puertas de sus instalaciones para que comprobemos la gestión que realizan en la búsqueda del cumplimiento de las normas y, en ocasiones, mucho más que el estricto cumplimiento de la norma. Inclusive muchas de estas empresas utilizan no solo los teléfonos que

tienen de información al consumidor (aprovecho estas líneas para seguir pidiendo que esos teléfonos sean de coste gratuito para los consumidores) para informar a los consumidores sobre cualquier producto o situación derivada del consumo de sus productos, sino que además también han habilitado las nuevas tecnologías (chats, Facebook, redes sociales en definitiva) para tener una comunicación directa con sus clientes o potenciales consumidores/usuarios de sus productos.

Después de muchos años de experiencia y trabajo en defender los intereses y derechos de los consumidores, solo puedo afirmar que aún queda mucho trabajo por hacer en materia de formación de los consumidores en relación con la alimentación, la nutrición y la seguridad alimentaria. Y basta ver la encuesta de hábitos de consumo en alimentación y gran consumo realizada por la Mesa de Participación MPAC (<https://www.mesaparticipacion.com>), para comprobar las necesidades reales de los consumidores. Pero también tengo claro que el trabajo de AESAN y la responsabilidad de los sectores es creciente, por ello hay que seguir trabajando y mantener una actitud crítica para construir la credibilidad que, para mí, tiene una gran parte del sector de la alimentación en España.



08.3

LA FORMACIÓN DE LOS PROFESIONALES DE LA SALUD

José Luis Llisterri. Presidente del Grupo de Nutrición de la Sociedad Española de Médicos de Atención Primaria (SEMergen)

José Manuel Fernández. Coordinador nacional del Grupo de Nutrición de la Sociedad Española de Médicos de Atención Primaria (SEMergen)

Una de las primeras evidencias experimentales que permitió relacionar la dieta con el padecimiento de algunas enfermedades carenciales fue la asociación entre el escorbuto que padecían los marinos embarcados en largos viajes y la falta de frutas y hortalizas frescas en su dieta. Desde entonces, el aumento de los conocimientos científicos actuales sobre nutrición y la realización de frecuentes y numerosos estudios epidemiológicos, han hecho que la relación entre nutrición y salud o enfermedad sea cada vez más compleja y también más documentada.

La Medicina Familiar y Comunitaria (MFyC) es la especialidad médica cuyo ámbito de acción principal es la Atención Primaria (AP) en los centros de salud. Su visión holística biopsicosocial en la que se conoce el entorno familiar y comunitario del paciente permite abordar su educación sanitaria y la de la comunidad a la que pertenece como ninguna otra especialidad.

La presencia de la MFyC como asignatura universitaria en los estudios del Grado de Medicina en España es relativamente reciente. La Orden Ministerial ECI/332/2008 ha propiciado su implementación progresiva en las facultades

de nuestro país, aunque de manera muy heterogénea, debido fundamentalmente a la variabilidad en el número de créditos ECTS, a la duración de las prácticas en el centro de salud, o lo que es más grave, a la no consideración de la obligatoriedad de la asignatura y su impartición por profesorado no vinculado a la especialidad.

Las características propias de la MFyC fundamentadas en la proximidad al paciente, accesibilidad, integralidad y longitudinalidad, así como su capacidad de coordinación con otras especialidades, le permite una alta resolución de la mayoría de los problemas de salud, diagnóstico y seguimiento de procesos crónicos.

Por su capacitación profesional, el médico de familia fomenta la salud de las personas a las que atiende a diario a lo largo de todas las etapas de su vida. Una de las labores educativas más importantes para promocionar la salud y prevenir la enfermedad es aconsejar sobre los hábitos dietéticos, los cuales son un poderoso factor de riesgo de morbimortalidad, causantes de discapacidad por enfermedad y muerte prematura en los países desarrollados. Seguir una dieta adecuada y equilibrada combinada con ejercicio físico regular son elementos fundamentales para mantener una vida saludable y concepto clave de una buena nutrición.

Las visitas al médico de familia son una oportunidad ideal para reforzar mensajes sobre nutrición y estilos de vida saludables que optimicen las terapias pautadas para curar una enfermedad o prevenirla. Para esta labor educativa, son necesarias sus amplias competencias y el trabajo conjunto con otros profesionales del centro de salud como enfermeros, fisioterapeutas, matronas, etc.

La prevalencia de las enfermedades crónicas no transmisibles y de los factores de riesgo cardiovascular centran una gran atención por parte de los currículos educativos, lo cual no suele suceder con la base fundamental de su manejo que es la alimentación y los hábitos saludables. Estilos de vida con una alta repercusión en la salud de la población y en la incidencia de enfermedades crónicas no transmisibles como obesidad, hipertensión arterial, diabetes mellitus, dislipidemia, enfermedad cardiovascular o diversos procesos oncológicos.

Aunque las enfermedades carenciales de proteínas, vitaminas o minerales sean motivo de preocupación, en la actualidad han aumentado especialmente las enfermedades asociadas a los malos hábitos dietéticos y a las dietas inadecuadas, no por desnutrición, sino por malnutrición o excesos. Por ejemplo, la obesidad se ha convertido en una epidemia que precisa de actuaciones urgentes en el campo de la salud pública y en el abordaje de la enfermedad cardiovascular, que es la principal causa de muerte prematura asociada a hábitos de vida modificables y la que más incapacidad produce en el mundo occidental.

Por eso, todas las guías clínicas sobre las principales enfermedades crónicas priorizan la nutrición saludable como elemento clave de las intervenciones a realizar en el tratamiento de estos pacientes. El consejo dietético basado en la evidencia debe presidir nuestras actuaciones y constituye un objetivo a perseguir desde las Sociedades Científicas (SSCC) como SEMERGEN. Los mitos y bulos que, a diario, reciben los ciudadanos sobre temas de alimentación sana y dietas influyen en sus hábitos dietéticos. Por eso, parece razonable que en materia de nutrición los médicos de familia actualicen periódicamente sus conocimientos para ayudar a los pacientes a mejorar sus hábitos al comer o cocinar, su manera de comprar y a consumir alimentos más sanos.

Todas las guías clínicas de las enfermedades crónicas más prevalentes (hipertensión arterial, diabetes tipo 2, dislipemias, obesidad) presentan

la nutrición saludable como la primera intervención a realizar entre los cambios en el estilo de vida, siendo el abordaje básico y fundamental tanto en la prevención primaria como secundaria de las enfermedades cardiovasculares ateroscleróticas.

Es justo reconocer que la formación en nutrición en las facultades de nuestro país, en las unidades docentes de MFyC y en los centros de salud dista mucho de ser la idónea. Durante el periodo de Grado, los conceptos de nutrición se asocian a Endocrinología, y también puede presentarse como asignatura optativa. Durante la formación especializada o posteriormente, los cursos y talleres de nutrición y consejo dietético no suelen prodigarse más allá de presencias puntuales en algunos congresos. En definitiva, hay importantes deficiencias en la educación nutricional de la formación médica en España. Los médicos de familia precisan mayor y mejor preparación para afrontar la prevención cardiovascular. Por otra parte, los pacientes cada vez muestran más confusión y perplejidad por los mensajes, muchas veces contradictorios, que ven en los medios de comunicación no profesionales y, sobre todo, en las redes sociales.



Estos han usurpado el consejo y la educación en salud de los profesionales sanitarios, más fundamentados en la evidencia científica y no en tendencias de famosos y modas con las que se elaboran las fake-news y los bulos que circulan en Internet, y que cuestionan los consejos dietéticos y nutricionales del equipo de AP. Algunos ejemplos llamativos son: "Los frutos secos tienen muchas calorías, por eso no es recomendable tomarlos", "El aceite de oliva tiene muchas calorías, engorda y no se puede comer en caso de dieta de protección cardiovascular", "La carne roja produce cáncer", "Las grasas siempre son malas, sea del tipo que sea", "La carne blanca de cerdo tiene mucho colesterol, más que el pollo, y no se debe comer en una dieta de prevención cardiovascular", "Los huevos tienen mucho colesterol, tampoco se deben consumir en una dieta de prevención cardiovascular" o "Los zumos de fruta son malos, tienen mucho azúcar". Y así muchos más.

Por su accesibilidad, y como consultor preferente de los pacientes, el médico de familia debe tener una adecuada formación en nutrición y estilos de vida saludables para evitar la confusión y neutralizar la "infoxicación" existente entre pacientes e incluso entre los propios profesionales. Mejorar sus competencias supone aumentar los conocimientos que se derivan de los ensayos clínicos de calidad y que transmiten importantes beneficios de las intervenciones nutricionales basadas en la evidencia científica, para así poder trasladarla a la práctica clínica diaria.

En definitiva, la educación nutricional de la población desde la infancia a la senectud es fundamental tanto en situaciones de enfermedad como para promocionar la salud. Las posibilidades que brinda la AP por accesibilidad y poder de influencia obliga a que el médico de familia deba tener una sólida formación en nutrición. Los hábitos alimentarios son complejos de cambiar y precisan la coordinación entre miembros del equipo de AP para su seguimiento.

En este sentido, las guías de alimentación basadas en la evidencia son muy útiles como herramientas de transmisión a la población sobre cómo debe ser una dieta correcta, favoreciendo su divulgación y resolviendo dudas para conseguir su adecuada implantación en la población.

Desde las SS.CC. tenemos el compromiso social y ético de coadyuvar en la necesaria formación y educación para un adecuado consejo nutricional desde las consultas de AP. Pero también desde las universidades y la administración, para que la nutrición sea parte integral de la educación médica

durante los estudios del Grado de Medicina y en la formación especializada en MFyC. Es tiempo de pasar a la acción para incrementar el conocimiento y desde SEMERGEN apostamos por esta vía.

Bibliografía

1. Casazza K, Fontaine KR, Astrup A, Birch LL, Brown AW, Brown MM, et al. Myths, presumptions, and facts about obesity. *N Engl J Med*. 2013;368(5):446-54.
2. De Lorgeril M, Salen P, Martín JL, Monjaud I, Delaye J, Mamelle N, et al. Mediterranean diet, traditional risk factors, and the rate of cardiovascular complications after myocardial infarction. Final Report of the Lyon Diet Heart Study. *Circulation*. 1999;99:779-85.
3. Devries S, Dalen JE, Eisenberg DM, Maizes V, Ornish D, Prasad A, et al. A Deficiency of Nutrition Education in Medical Training. *Am J Med*. 2014; 127(9):804-6.
4. Diet, nutrition and the prevention of chronic diseases. Joint WHO/FAO Expert Consultation on Diet, Nutrition and the Prevention of Chronic Diseases. Geneva, 2002.
5. Estruch R, Ros E, Salas-Salvadó J, Covas M-I, Corella D, Arós F, et al. Primary Prevention of Cardiovascular Disease with a Mediterranean Diet Supplemented with Extra-Virgin Olive Oil or Nuts. *N Engl J Med*. 2018; 378(25):e34. doi: 10.1056/NEJMoa1800389.
6. National Guideline Clearinghouse. Behavioral counselling in primary care to promote a healthy diet: Recommendations and rationales. U.S. Preventive Services Task Force (USPSTF). *Am J Prev Med*. 2003; 24: 93-100.
7. Sánchez L, García-Lorda P, Bulló M, Balanzà R, Megias I, Salas-Salvadó J. The teaching of nutrition at medical schools: current situation. *Nutr Hosp*. 2003;18(3):153-8.
8. Serra L, Aranceta J. Objetivos nutricionales para la población española. En: Serra L, Aranceta J, Mataix J, editores. Sociedad Española de Nutrición Comunitaria. Guías alimentarias para la población española. Recomendaciones para una dieta saludable. Madrid: IM&C; 2001. p. 345-51.
9. Guía de la alimentación saludable para Atención Primaria y colectivos ciudadanos. Ed. Sociedad Española de Nutrición Comunitaria. 2018.
10. Posicionamiento SEMERGEN para el diagnóstico y tratamiento de la obesidad en Atención Primaria. Ed. SEMERGEN. 2018.
11. Pascual V, Pérez-Martínez P, Fernández-García JM, Solá R, Pallarés V, Romero A et al. Documento de consenso SEA/SEMERGEN 2019. Recomendaciones dietéticas en la prevención cardiovascular. *Clin Investig Arterioescler*. 2019. <https://doi.org/10.1016/j.arteri.2019.02.004>

09

EL PAPEL DE LA ADMINISTRACIÓN PÚBLICA EN EL CONTROL DEL SISTEMA ALIMENTARIO

Luis Serra Majem. Catedrático de Medicina Preventiva de la Universidad de Las Palmas de Gran Canaria

Jacqueline Álvarez. Investigadora Senior, Grupo de Nutrición, Instituto Universitario de Investigaciones Biomédicas y Sanitarias, Universidad de Las Palmas de Gran Canaria

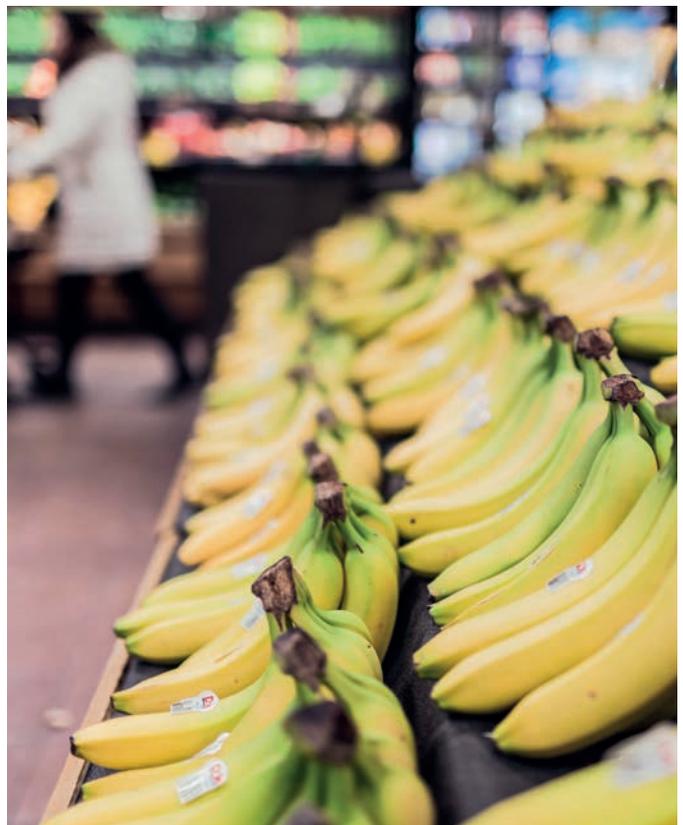
Carmen Rosa Perdomo. Técnico Inspector de Salud Pública, Dirección de Área de Salud de Gran Canaria, Servicio Canario de Salud, Gobierno de Canarias

La producción, el consumo de alimentos y su control son esenciales en cualquier sociedad, y tienen repercusiones económicas, sociales y, en numerosos casos, medioambientales. Es imprescindible introducir prácticas agrícolas sostenibles y disminuir la presión sobre el uso de la tierra y la biodiversidad, así como la cantidad de residuos generados.

Bajo el concepto de la “granja a la mesa”, los alimentos y su entorno, deberían estar sometidos a Programas de Control Oficial necesarios e interdependientes, para garantizar el control de sus peligros y, en su caso, su eliminación. La calidad del control oficial debe estar asegurada, garantizándose la subsanación de las no conformidades con los requisitos establecidos, adoptando las medidas correctoras necesarias y su posterior verificación.

Los mecanismos de transparencia entre las Administraciones deberían estar garantizados, así como con los operadores económicos que vayan a ser objeto de control oficial.

La cooperación entre las distintas autoridades competentes, (europea, estatal, autonómica y



local) (Fig. 1), aseguran su eficacia, su aplicabilidad y la plena validez de los postulados.

Los objetivos de la alimentación pública en el control del sistema alimentario deberían incluir:

1. Desarrollar y mejorar los planes de control oficial en el ámbito de la producción primaria para certificar, mediante el cumplimiento de la normativa en materia de seguridad y calidad alimentaria, que los alimentos que llegan a los ciudadanos son seguros y de calidad, facilitando, al mismo tiempo, la promoción de la industria agroalimentaria en España.
2. Reducir los riesgos presentes en los alimentos que amenazan a las personas a niveles razonablemente posibles y aceptables.
3. Mantener un nivel elevado de lealtad de las transacciones comerciales y de la defensa integral de los derechos de los consumidores en la cadena alimentaria y contribuir a mantener la unidad de mercado.
4. Garantizar la consecución de un elevado nivel de calidad alimentaria y calidad diferenciada de los productos agroalimentarios.

5. Entender las mejoras del sistema, tanto aquellas que se ejercen tanto en el ámbito sanitario (higiene, seguridad alimentaria) y nutricional (prevención de enfermedades no transmisibles), como en el ámbito del medio ambiente y cultura.

Para ello, es imprescindible conocer las competencias y delimitaciones de cada administración pública en el control del propio sistema alimentario, así como, reforzar la coordinación e integración de la manera en que se organiza.

Unión Europea

La integración de España en la Unión Europea supuso la asunción de competencias por un nuevo ente político (Europa), no previsto originariamente en el reparto competencial. Se basa en un sistema institucional único, en el que los Estados Miembros (EEMM) aceptan delegar parte de su soberanía en instituciones independientes que defienden los intereses comunitarios, nacionales y ciudadanos, constituyendo así el derecho y la democracia los fundamentos de la UE.

Una serie de crisis relativas a la alimentación humana y animales la década de los años 90 pusieron de relieve los fallos en la concepción y la aplicación de la normativa alimentaria, causando en el consumidor un sentimiento de alarma y pérdida de confianza en el sistema de producción animal y los controles en la cadena alimenticia.



Figura 1. Autoridades de la Administración pública en el control de la cadena alimentaria. (europea, estatal y autonómica).

En el contexto de la UE, la protección de la salud de los consumidores, a través de un nivel creciente de seguridad alimentaria, constituye una constante de los sucesivos textos fundamentales comunitarios, pudiendo reseñarse como ejemplos de fuentes de derecho los siguientes artículos:

- Art.100 del Acta Única, que faculta a la Comisión para promover medidas destinadas a proteger a los consumidores.
- Art.129 del Tratado de Maastricht, que promueve la protección de los consumidores al rango de política comunitaria.
- Art.153 del Tratado de Amsterdam, cuyo objetivo básico de la política de los consumidores es la protección de su salud, definiendo como pilar para ello una elevada seguridad alimentaria.

Con anterioridad a la entrada en vigor del Tratado de la Unión Europea, la Comunidad no disponía de una política de salud.

Ante la necesidad de aproximar esos conceptos, principios y procedimientos, de manera que formen una base común para las medidas aplicables a los alimentos, nace el Reglamento (CE) 178/2002, de 28 de enero de 2002, que crea la Autoridad Europea de Seguridad Alimentaria y se fijan procedimientos relativos a la seguridad alimentaria.

De esta base deriva el denominado "paquete de higiene" y el Reglamento (UE) 2017/625, relativo a los controles y otras actividades oficiales realizados para garantizar la aplicación de la legislación sobre alimentos y piensos, y de las normas sobre salud y bienestar de los animales, sanidad vegetal y productos fitosanitarios, vigente desde el 14 de diciembre de 2019, establece un marco legislativo único para la organización de los controles oficiales para comprobar que se cumple la legislación de la Unión relativa a la cadena agroalimentaria de la Unión en todos los ámbitos a las que esta se aplica. En algunos de esos ámbitos, la legislación de la Unión exige el cumplimiento de requisitos detallados que requieren cualificaciones especiales y medios específicos para realizar los controles oficiales.

La responsabilidad de hacer cumplir la legislación de la Unión relativa a la cadena agroalimentaria corresponde a los Estados miembros, cuyas autoridades competentes controlan y comprueban, mediante la organización de controles oficiales, que se respeten y se apliquen efectivamente los requisitos pertinentes de la Unión.

El Reglamento (UE) 2017/625 introduce un enfoque mejor armonizado y coherente de los controles oficiales y las medidas de ejecución a lo largo de la cadena agroalimentaria y refuerza el principio de los controles basados en el riesgo. Incluye normas sobre los controles oficiales llevados a cabo en todas las empresas alimentarias y de piensos, desde productores primarios hasta minoristas y proveedores, pero también criadores de animales, cultivadores y comerciantes, en los ámbitos siguientes:

- Los alimentos y la seguridad alimentaria, la integridad y la salubridad a lo largo de la producción, transformación y distribución.
- La liberación intencionada en el medio ambiente de organismos modificados genéticamente para producir alimentos y piensos.
- Los piensos y la seguridad de los piensos a lo largo de la producción, transformación, distribución y uso.
- La sanidad y el bienestar de los animales.
- La producción ecológica y el etiquetado de productos ecológicos.

El Reglamento cubre, asimismo, las importaciones de determinados animales y alimentos de:

- Fuera de la UE que estén sujetos a controles en los puestos de control fronterizo de la UE.
- Productos vendidos a través de internet.



Cooperación entre países de la UE

- Aclara y refuerza las normas en materia de cooperación y ayuda administrativa entre los países de la UE.
- Exige a los países de la UE que garanticen el intercambio de información entre las autoridades nacionales u otras autoridades competentes, fiscalías y autoridades judiciales sobre posibles incumplimientos.
- Un sistema de gestión integrada de los controles oficiales integrará todos los sistemas informáticos existentes (y futuros) gestionados por la Comisión.

Transparencia

La existencia de un Plan nacional de control multianual es obligatoria en todos los Estados miembros de la Unión Europea, de acuerdo con el Artículo 109 del Reglamento (UE) 2017/625, relativo a los controles y otras actividades oficiales realizados para garantizar la aplicación de la legislación sobre alimentos y piensos, y de las normas sobre salud y bienestar de los animales, sanidad vegetal y productos fitosanitarios.

Las autoridades nacionales están obligadas a publicar informes anuales.

Organización territorial del Estado español

El Estado español se organiza territorialmente en municipios, provincias y comunidades autónomas. Todas estas entidades gozan de autonomía para la gestión de sus respectivos intereses (Art. 137 de la Constitución Española). De este modo, España tiene tres Administraciones Públicas:

- Administración General del Estado
- Administración Autonómica
- Administración Local.

En los artículos 148 y 149 de la CE, se establece el reparto de competencias entre el Estado español y las comunidades autónomas, de manera que el Estado tiene competencia exclusiva sobre las siguientes materias relacionadas directa o indirectamente con el control oficial:

1. Relaciones internacionales.
2. Administración de Justicia.
3. Legislación penal, legislación procesal.
4. Legislación sobre propiedad intelectual e industrial.
5. Régimen aduanero y arancelario; comercio exterior.

6. Sanidad exterior. Bases y coordinación general de la sanidad.
7. Bases y coordinación de la planificación general de la actividad económica.
8. Las bases del régimen jurídico de las Administraciones públicas y del régimen estatutario de sus funcionarios que, en todo caso, garantizarán a los administrados un tratamiento común ante ellas; el procedimiento administrativo común, sin perjuicio de las especialidades derivadas de la organización propia de las comunidades autónomas y el sistema de responsabilidad de todas las Administraciones públicas.
9. Pesca marítima, sin perjuicio de las competencias que en la ordenación del sector se atribuyan a las comunidades autónomas.

Por otra parte, son dos, los preceptos constitucionales en los que se sustenta la seguridad alimentaria:

a) Art. 43, en el que se establece el derecho de los ciudadanos a que se proteja su salud, atribuyendo su defensa a los poderes públicos mediante el establecimiento de las medidas preventivas, así como el de los servicios y prestaciones necesarios

b) Art. 51, que señala la obligación de los poderes públicos de defender a los consumidores y usuarios, garantizando, mediante medidas eficaces, su seguridad, salud y legítimos intereses, desarrollados posteriormente a través de la ley 14/86, general de sanidad y la ley 26/84, general para la defensa de los consumidores y usuarios, actualmente derogada y sustituida por el Real Decreto Legislativo 1/2007, por el que se aprueba el texto refundido de la ley general para la defensa de los consumidores y usuarios y otras leyes complementarias.





En 2001, se crea por la Ley 11/2001, de 5 de julio, la Agencia Española de Seguridad Alimentaria como Organismo Autónomo adscrito al Ministerio de Sanidad y Consumo, con tres objetivos principales:

- Propiciar la colaboración y coordinación de las Administraciones públicas competentes en materia de seguridad alimentaria y nutrición¹.
- Favorecer la colaboración entre las Administraciones públicas y los distintos sectores interesados, incluidas, las asociaciones de consumidores y usuarios.
- Actuar como centro de referencia de ámbito nacional en la evaluación de riesgos alimentarios y en la gestión y comunicación de aquellos, especialmente en situaciones de crisis o emergencia.

Actualmente, entre sus funciones destacan el seguimiento y la evaluación de las medidas e intervenciones incluidas en la Estrategia de la nutrición, actividad física y prevención de la obesidad (NAOS), así como, analizar políticas y actuaciones, que se desarrollan a nivel internacional, nacional, autonómico y local, en la promoción de una alimentación saludable y de la actividad física y divulgando aquellas intervenciones de mayor efectividad e impacto sobre la salud.

Son las Comunidades Autónomas (CC.AA.) quienes asumen competencias en materias relacionadas directa o indirectamente con el control oficial, y ejecutan programas oficiales de los distintos ministerios. España se divide en 17 comunidades autónomas. Cada una posee su Parlamento y Gobierno, así como su propio Estatuto de Autonomía que establece los poderes que la comunidad autónoma asume.

El artículo 148 de la Constitución Española dispone que las CC.AA. pueden asumir competencias en distintas materias, entre las que se encuentran la organización de sus instituciones de autogobierno, la agricultura y ganadería, la gestión en materia de protección del medio ambiente y la sanidad e higiene. También existen 2 ciudades autónomas (Ceuta y Melilla), que tienen sus propios estatutos de autonomía, aunque con ciertos aspectos diferenciados muy importantes, como es su consideración como terceros países en el ámbito de legislación veterinaria, pues por el Tratado de Adhesión están fuera de la Política Agrícola Común y de la Política Aduanera de la Comunidad.

Considerando la seguridad alimentaria de forma integrada desde el principio hasta el final de la cadena alimentaria, las competencias se reparten de la siguiente forma:

Las CC.AA., a través de los departamentos o consejerías de agricultura/ganadería, son las responsables de los controles de la sanidad animal, el bienestar y la alimentación animal así como de la identificación y registro de explotaciones y animales en su territorio, y en particular:

- El desarrollo normativo específico en su ámbito territorial.
- La ejecución de los planes y programas previstos.
- La gestión y dirección de los laboratorios de apoyo en los programas.
- La gestión y control del comercio intracomunitarios de animales y productos animales no destinados al consumo humano.
- Los controles de la higiene y los alimentos de origen animal de la producción primaria y en particular la ejecución de los planes de control y programas de mejora de la calidad de las producciones previstos en las explotaciones ganaderas en su territorio.
- Ejecución del Programa coordinado de controles en alimentación animal: aprobación y registro de establecimientos, controles de la producción, comercialización de piensos con excepción de los controles realizados en materia de comercio exterior que son competencia exclusiva de la Administración General del Estado.

Las consejerías de agricultura/ganadería de las CC.AA., son las autoridades competentes para el bienestar de los animales en las explotaciones agrícolas y durante el transporte en la CC.AA.; concede autorizaciones a los transportistas y aprueba los vehículos de transporte de ganado.

¹Los aspectos relacionados con la nutrición y la obesidad han sido incorporados por la Ley 44/2006.

Aunque el bienestar animal recae en las consejerías de agricultura/ganadería de las CC.AA., las consejerías de salud pública suelen ser las que ejecutan el control oficial de bienestar animal en los mataderos.

La competencia ejecutiva en materia alimentaria está transferida a las CC.AA., por tanto, la aplicación y ejecución de los programas de control en materia de alimentos es competencia exclusiva de las 17 CC.AA. en sus respectivos ámbitos territoriales (la AECOSAN coordinará la aplicación homogénea y uniforme de los criterios de inspección), salvo el control de la sanidad exterior, competencia exclusiva de la Administración General del Estado.

Las actividades de inspección y actuaciones de ellas derivadas encuentran su apoyo jurídico en la Ley 14/1986, General de Sanidad y en el RD 1945/1983, de 22 de junio, por el que se regulan las infracciones y sanciones en materia de defensa del consumidor y de la producción agro-alimentaria.

Los cabildos insulares son simultáneamente, órganos de gobierno, administración y representación de cada isla e instituciones de la Comunidad Autónoma. En Ley 8/2015, de 1 de abril, de Cabildos Insulares se enumeran las competencias como órgano de gobierno:

- La coordinación de los servicios municipales de la Isla.
- La asistencia y la cooperación jurídica, económica y técnica a los municipios, especialmente a los de menor capacidad económica y de gestión.
- La prestación de servicios públicos supramunicipales.
- Aprobar los Planes Insulares de Obras y Servicios.
- El fomento y administración de los intereses peculiares de la isla.

Y competencias transferidas asociadas a la cadena alimentaria:

- Las funciones propias de las agencias de extensión agraria.
- Las granjas experimentales.
- Los servicios forestales, vías pecuarias y pastos.
- La acuicultura y cultivos marinos.

- La protección del medio ambiente.
- La gestión y conservación de espacios naturales protegidos, en el marco de lo establecido en la legislación autonómica vigente.
- La caza.
- Las actividades molestas, insalubres, nocivas y peligrosas.
- La defensa del consumidor.
- Las campañas de saneamiento zoonosológico.

En territorios no insulares, existen diputaciones provinciales en las comunidades autónomas de Galicia, Aragón, Cataluña, Comunidad Valenciana, Castilla y León, Castilla-La Mancha, Extremadura y Andalucía. El País Vasco cuenta con una diputaciones forales y Navarra con una comunidad foral uniprovincial.

La Administración local se compone de provincias y municipios. Cada una de las provincias que componen las comunidades autónomas constituye una entidad local con personalidad jurídica propia, determinada por la agrupación de municipios y división territorial para el cumplimiento de las actividades del Estado. En lo relativo a los municipios, estos gozan de personalidad jurídica plena. Su gobierno y administración corresponde a sus respectivos ayuntamientos, integrados por los alcaldes y los concejales.

La ley 7/1985, de 2 de abril, Reguladora de las Bases del Régimen Local, incluye en su organización la efectiva coordinación y eficacia administrativa, la Administración General del Estado, así como las Administraciones autonómica y local, de acuerdo con el principio de lealtad institucional, deberán en sus relaciones recíprocas:

- Facilitar a las otras Administraciones la información sobre la propia gestión que sea relevante para el adecuado desarrollo por éstas de sus cometidos.
- Prestar cooperación y asistencia a otras Administraciones.



Las materias no atribuidas expresamente al Estado en la Constitución podrán corresponder a las comunidades autónomas, en virtud de sus respectivos estatutos. La competencia sobre las materias que no se hayan asumido por los estatutos de autonomía corresponde al Estado cuyas normas prevalecerán, en caso de conflicto, sobre las de las comunidades autónomas en todo lo que no esté atribuido a la exclusiva competencia de éstas. El derecho estatal es, en todo caso, supletorio del derecho de las comunidades autónomas. En este contexto cabe destacar las competencias desarrolladas en los estatutos de las comunidades autónomas en las materias correspondientes a la industria agroalimentaria. Y en sentido contrario la competencia exclusiva del Estado en el ámbito de las Denominaciones de Origen e Indicaciones Geográficas Protegidas de ámbito territorial supraautonómico.

Organización sectorial

En la Administración General del Estado, la gestión de cada una de sus competencias se realiza mediante la división en ministerios.

Cabe destacar en este sentido la Ley 50/1997, de 27 de noviembre del Gobierno, en la que se establecen entre otros aspectos, la composición, organización y órganos de colaboración y apoyo del Gobierno, sus normas de funcionamiento y de delegación de competencias. En su artículo 2 del Capítulo I "Gobierno, composición, organización y funciones, sobre el presidente de Gobierno", establece que tiene la potestad de crear, modificar y suprimir, por real decreto, los Departamentos Ministeriales y las Secretarías de Estado, así como resolver los conflictos de atribuciones que puedan surgir entre los diferentes ministerios. En el artículo 4, referido a los ministros, señala que como titulares de sus Departamentos Ministeriales, tienen competencia y responsabilidad en la esfera específica de su actuación. En el artículo 5 sobre el Consejo de Ministros, fija como función el crear, modificar y suprimir los órganos directivos de los Departamentos ministeriales.

A su vez es potestad del presidente de Gobierno de España y de los presidentes de las comunidades autónomas, la organización y la distribución de competencias entre los diferentes departamentos y órganos que constituyen la administración pública estatal y autonómica respectivamente. Todo esto aparece en los Reales Decretos estatales y Decretos autonómicos de organización y estructuración de la administración pública.

Si bien hay otros departamentos con responsabilidades limitadas en el Plan, de forma general y de acuerdo con el Real Decreto 2/2020 de 12 de enero, por el que se reestructuran los departamentos ministeriales, las competencias para las actividades incluidas en el ámbito del Plan son las siguientes:

Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación (MAPA):

1. Agricultura
2. Ganadería
3. Pesca y acuicultura
4. Calidad comercial, producción ecológica y calidad diferenciada
5. Sanidad vegetal
6. Importaciones de animales vivos, productos de origen animal no para consumo humano y productos destinados a alimentación animal.

Ministerio de Consumo (MC):

1. Seguridad alimentaria a nivel de mercado interior, por la Agencia Española de Seguridad Alimentaria y Nutrición (AESAN).
2. Protección de los consumidores, por la Dirección General de Consumo.



Ministerio de Consumo (MC):

Importación de alimentos, por la Subdirección General de Sanidad Exterior. En la Administración autonómica, cada comunidad autónoma dispone de su propio marco legal en el que se establece su composición, organización y sus normas de funcionamiento. Con carácter general, la gestión de sus respectivas competencias se realiza mediante las consejerías, que reciben diferentes nombres según la comunidad autónoma de que se trate, y que como norma general son un espejo de lo que sucede a nivel central. Habitualmente se trata de las consejerías de sanidad, las consejerías de comercio y consumo y las consejerías de agricultura y ganadería, siendo estos aspectos abordados por las Direcciones Generales de Salud Pública (DGSP), las Direcciones Generales de Consumo (DGC) y las Direcciones de Agricultura, Ganadería y/o Pesca (DGAGP), respectivamente. En los correspondientes Sistemas de control oficial se recogen las referencias legislativas y sitios web que de manera detallada dan información sobre la estructura, organización y funciones de las autoridades competentes.



Delegación de determinadas funciones

De acuerdo con lo estipulado en el Reglamento (UE) 625/2017, las autoridades competentes podrán encomendar la ejecución, tanto de determinadas funciones de control oficial como de otras actividades oficiales, a organismos delegados y/o personas físicas. En el Reglamento se definen las condiciones que se deben cumplir para la delegación de estas funciones diferenciando si las funciones delegadas son de control oficial u otras actividades oficiales y según se delegue en organismos o en personas físicas. En cuanto a las obligaciones de los organismos delegados y de las personas físicas, se indica que deberán comunicar los resultados, informar sobre incumplimientos, cooperar con las autoridades. También se indican las obligaciones de las autoridades competentes que deleguen tareas específicas entre las que se encuentran la posibilidad de hacer auditorías o inspecciones de los organismos delegados o personas físicas según sea necesario. La autoridad competente que delega podrá retirar la delegación si existen pruebas de que las funciones delegadas no se están realizando correctamente, presenta deficiencias en la adopción de medidas correctoras o haya quedado comprometida su independencia o imparcialidad.

Órganos de coordinación

El funcionamiento de las administraciones públicas se basa actualmente en la Ley 40/2015, de 2 de octubre, de Régimen Jurídico del Sector Público en la cual se señala como uno de los principios generales que "las Administraciones públicas sirven con objetividad los intereses generales y actúan de acuerdo con los principios de eficacia, jerarquía, descentralización, desconcentración y coordinación, con sometimiento pleno a la Constitución, a la Ley y al Derecho. Deberán respetar en su actuación y relaciones los siguientes principios: K) Cooperación, colaboración, y coordinación entre las Administraciones públicas." A tales efectos, en su artículo 145 indica "Los órganos de cooperación son órganos de composición multilateral o bilateral, de ámbito general o especial, constituidos por representantes de la Administración General del Estado, de las administraciones de las comunidades o ciudades de Ceuta y Melilla o, en su caso, de las entidades locales, para acordar voluntariamente actuaciones que mejoren el ejercicio de las competencias que cada Administración pública tiene."

Código de conducta. Independencia y ausencia de conflicto de intereses

El personal que lleve a cabo los controles oficiales no deberá estar sometido a conflicto de intereses según se

menciona en el Reglamento (UE) 625/2017. Dicho personal pertenece a la Administración pública y por tanto está sometido al cumplimiento del Real Decreto Legislativo 5/2015, de 30 de octubre, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley del Estatuto Básico del Empleado Público.

En el Estatuto Básico del Empleado Público, cabe destacar el artículo 52 donde se establece que “Los empleados públicos deberán desempeñar con diligencia las tareas que tengan asignadas y velar por los intereses generales con sujeción y observancia de la Constitución y del resto del ordenamiento jurídico, y deberán actuar con arreglo a los siguientes principios: objetividad, integridad, neutralidad, responsabilidad, imparcialidad, confidencialidad, dedicación al servicio público, transparencia, ejemplaridad, austeridad, accesibilidad, eficacia, honradez, promoción del entorno cultural y medioambiental, y respeto a la igualdad entre mujeres y hombres, que inspiran el Código de Conducta de los empleados públicos configurado por los principios éticos y de conducta regulados en los artículos siguientes”.

La actuación de los empleados públicos debe perseguir la satisfacción de los intereses generales de los ciudadanos y se fundamenta en consideraciones objetivas orientadas hacia la imparcialidad y el interés común, al margen de cualquier otro factor que exprese posiciones personales, familiares, corporativas, clientelares o cualesquiera otras que puedan colisionar con este principio.

Asimismo, se ajustan en su actuación, a los principios de lealtad y buena fe con la Administración en la que prestan sus servicios, y con sus superiores, compañeros, subordinados y con los ciudadanos. Su conducta se basa en el respeto de los derechos fundamentales y libertades públicas, evitando toda acción que pueda producir discriminación alguna por razón de nacimiento, origen racial o étnico, género, sexo, orientación sexual, religión o convicciones, opinión, discapacidad, edad o cualquier otra condición o circunstancia personal o social.

Además, se deben abstener en aquellos asuntos en los que tengan un interés personal, así como de toda actividad privada o interés que pueda suponer un riesgo de plantear conflictos de intereses con su puesto público. Así como tampoco contraer obligaciones económicas ni intervenir en operaciones financieras, obligaciones patrimoniales o negocios jurídicos con personas

o entidades cuando pueda suponer un conflicto de intereses con las obligaciones de su puesto público.

No pueden aceptar ningún trato de favor o situación que implique privilegio o ventaja injustificada, por parte de personas físicas o entidades privadas. Ni tampoco pueden influir en la agilización o resolución de trámite o procedimiento administrativo sin justa causa y, en ningún caso, cuando ello comporte un privilegio en beneficio de los titulares de los cargos públicos o su entorno familiar y social inmediato o cuando suponga un menoscabo de los intereses de terceros.

Transparencia y confidencialidad

Las autoridades competentes que realicen actividades de control oficial mantendrán un elevado nivel de transparencia, conforme se recoge en el artículo 11 del Reglamento (UE) 625/2017. Con esta finalidad se pondrá a disposición del público información pertinente sobre la organización y la realización de los controles oficiales.

Con el fin de mantener un nivel elevado de transparencia en las Administraciones públicas españolas, se dictó la Ley 19/2013, de 9 de diciembre, de transparencia, acceso a la información pública y buen gobierno, que tiene por objeto ampliar y reforzar la transparencia de la actividad pública, regular y garantizar el derecho de acceso a la información relativa a aquella actividad y establecer las obligaciones de buen gobierno que deben cumplir los responsables públicos así como las consecuencias derivadas de su incumplimiento.



El personal que lleve a cabo labores de control oficial deberá actuar con transparencia, todo ello sin menoscabo del principio de confidencialidad, secreto profesional y las normas de protección de datos de carácter personal.

Para llevar a cabo este cumplimiento, se publican tanto en las páginas web de autoridades competentes centrales como autoridades autonómicas, aquella información que resulta de interés para el público en general.

Por lo que respecta a la confidencialidad, el Real Decreto Legislativo 5/2015 establece que el personal que lleve a cabo actividades de control guardará secreto de las materias clasificadas u otras cuya difusión esté prohibida legalmente, y mantendrá la debida discreción sobre aquellos asuntos que conozcan por razón de su cargo, sin que puedan hacer uso de la información obtenida para beneficio propio o de terceros, o en perjuicio del interés público.

Sobre esta cuestión el Real Decreto 1945/1983, también regula que los inspectores están obligados de modo estricto a cumplir el deber de sigilo profesional. El incumplimiento de este deber será sancionado conforme a los preceptos del Reglamento de Régimen Disciplinario de las Administraciones Públicas donde presten sus servicios y con carácter supletorio en el de los Funcionarios Civiles del Estado.

Es importante que la toma de control sobre el propio sistema alimentario, se sustente en su propia transversalidad. Para ello, además de las consabidas áreas de la salud, la nutrición, la higiene y seguridad alimentaria, enmarcado en el concepto de salud pública, debe incidir en las áreas medioambiental y cultural.

Por ello, es fundamental que el área medioambiental tenga el peso que le corresponde en las distintas áreas de control de los indicadores medioambientales, de los recursos convenidos en la producción y el transporte alimentario.

Solo así podría adecuarse el sistema alimentario a los objetivos de desarrollo existente de Naciones Unidas como política vertebradora de la protección de nuestra salud y nuestro entorno: el planeta.

Es importante que la labor de control sobre el propio sistema alimentario se sustente en la propia transversalidad. Para ello, además en aras de la salud, la nutrición, la higiene, seguridad

alimentaria, enmarcado en el concepto de salud pública, debería incidir en las áreas medio ambiental y cultural. La cultura alimentaria representa un bien intangible que debe ocupar un papel tan relevante como el resto de controles y adecuaciones de la cadena alimentaria y se escenifica en el legado de la dieta mediterránea y todos los instrumentos, recursos y recreaciones que representa. Tiene un crucial papel sobre el desarrollo rural y la promoción y cuidado del paisaje, incluida la prevención de incendios forestales.

La cadena alimentaria tiene un elevado impacto medio ambiental, tanto en la emisión de gases de efecto invernadero como de sustancias químicas utilizadas en la agricultura o de residuos fruto de la producción ganadera o pesquera. También es clave la utilización de recursos tanto hídricos como terrestres (tierra agrícola) y la energía consumida en la producción alimentaria. De ahí que la transversalidad de la alimentación y los elementos de su promoción y control son elementos fundamentales en la agenda para un desarrollo sostenible.

Sólo así podía adecuarse el sistema alimentario a los objetivos de desarrollo existente de Naciones Unidas, como política vertebradora de la protección de nuestra salud y nuestro entorno: el planeta.



Bibliografía

1. Reglamento (UE) 2017/625, relativo a los controles y otras actividades oficiales realizados para garantizar la aplicación de la legislación sobre alimentos y piensos, y de las normas sobre salud y bienestar de los animales, sanidad vegetal y productos fitosanitarios. [Internet]. [Consultado 12 Ago 2020]. Disponible en: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/?uri=CELEX%3A32017R0625>
2. Serra Majem L, Ruano Rodríguez C, y Sánchez Villegas A. Nutrición y salud pública. Problemas nutricionales. En: Piédrola Gil. Medicina Preventiva y Salud Pública. 12ª ed. Barcelona (España). Elsevier Masson. 2016. Págs. 355-369.
3. Plan Nacional de Control Oficial de la Cadena Alimentaria (PNCOCA). [Internet]. [Consultado 20 Ago 2020]. Disponible: http://www.aecosan.msssi.gob.es/AECOSAN/docs/documentos/seguridad_alimentaria/pncoca/PNCOCA20162020Espaa.pdf
4. Reglamento (CE) 178/2002 del 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. [DOCE» núm. 31, de 1 de febrero de 2002, páginas 1 a 24 (24 págs.)]
5. Ley 14/1986, de 25 de abril, General de Sanidad [BOE» núm. 102, de 29/04/1986].
6. Ley 17/2011, de 5 de julio, de seguridad alimentaria y nutrición. [BOE» núm. 160, de 6 de julio de 2011, páginas 71283 a 71319 (37 págs.)].
7. Real Decreto 1945/1983, de 22 de junio, por el que se regulan las infracciones y sanciones en materia de defensa del consumidor y de la producción agroalimentaria. [BOE» núm. 168, de 15 de julio de 1983, páginas 19830 a 19835 (6 págs.)].
8. La ley 7/1985, de 2 de abril, Reguladora de las Bases del Régimen Local [BOE» núm. 80, de 03/04/1985].
9. Real Decreto Legislativo 1/2007, por el que se aprueba el texto refundido de la ley general para la defensa de los consumidores y usuarios y otras leyes complementarias [BOE» núm. 287, de 30/11/2007].

10. Ley 50/1997, de 27 de noviembre del Gobierno [BOE» núm. 285, de 28/11/1997]

11. Real Decreto 2/2020 de 12 de enero, por el que se reestructuran los departamentos ministeriales [BOE» núm. 11, de 13/01/2020].

12. Ley 19/2013, de 9 de diciembre, de transparencia, acceso a la información pública y buen gobierno [BOE» núm. 295, de 10/12/2013].

13. Real Decreto Legislativo 5/2015, de 30 de octubre, por el que se aprueba el texto refundido de la ley del Estatuto Básico del Empleado Público [BOE» núm. 261, de 31/10/2015].



10

ALIMENTACIÓN Y DISFRUTE

Rafael Ansón. Presidente de la Real Academia Española de Gastronomía

La gastronomía surge a principios del siglo XIX, principalmente, en Francia. Es la época de los críticos gastronómicos, los llamados gourmet, y los grandes cocineros.

Pero entonces, la gastronomía era el placer, exclusivamente, de unos cuantos privilegiados que disfrutaban comiendo. Y el placer sensorial de la comida se reducía al gusto y al olfato que, juntos, conformaban el sabor.

Todo eso ha cambiado mucho en los últimos años gracias, en gran medida, al impulso de España y de los cocineros españoles. Con la aparición de la "cocina de la libertad", se rompen los viejos paradigmas y la gastronomía se convierte en una actividad más abierta y creativa.

Además, ya no se da importancia, únicamente, al aspecto satisfactorio, sino que surge una nueva visión global de la gastronomía de las "cuatro eses": la alimentación saludable, solidaria, sostenible y satisfactoria.

La gastronomía del siglo XXI: el nuevo concepto de las "cuatro eses"

En los últimos años, la alimentación se ha convertido en una de las actividades más importantes del ser humano.

Sin duda, es la actividad más saludable. Según los últimos estudios de Valentín Fuster, el 50%

de la salud depende de la alimentación; un 30%, de la actividad física (no solo el deporte); y el otro 20%, de factores psicológicos y sociales. Yo pienso que, sobre todo, de la suerte, principalmente de la suerte genética. En cualquier caso, es evidente que la alimentación influye de una manera importante en nuestra salud y bienestar. Por eso es fundamental que la producción y la industria agroalimentaria generen alimentos saludables y nutritivos.

Y al mismo tiempo, conseguir que la población, en las casas y en los comedores colectivos, tengan los suficientes recursos para comer de una manera adecuada.

Por otro lado, debemos contribuir a que la gastronomía sea una actividad solidaria y que se realiza en compañía. Durante el confinamiento, hemos recuperado la vida en familia, la comida en casa, en compañía, el comer y cocinar juntos. Además, la pandemia ha puesto de relieve la importancia de compartir y de hacer llegar los alimentos a quienes lo necesitan.

En el mundo gastronómico se ha generado una oleada de solidaridad como en ningún otro ámbito. Mientras toda la cadena alimentaria ha funcionado de una manera excepcional, de forma que no ha habido, prácticamente, escasez de alimentos en los mercados, también se han hecho llegar los alimentos a las personas más desfavorecidas, a quienes no tenían la posibilidad de adquirirlos. Y no solo alimentos básicos como el pan o el queso, sino recetas cocinadas y elaboradas por algunos de los grandes chefs de nuestro país.

Uno de los casos más llamativos es el de José Andrés y su proyecto World Central Kitchen, que ha dado de comer a miles de personas durante la pandemia. Con José Andrés, han colaborado muchísimos chefs españoles, entre los que se encuentran Pepa Muñoz (presidenta de Facyre), Diego Guerrero, Ángel León o Iván Morales.

Lo mismo han hecho otros chefs de la alta cocina de nuestro país, como Mario Sandoval en su restaurante Coque, mientras que otros, como Ferran Adrià o Dani García, han compartido sus recetas a través de internet y de las redes sociales para facilitar el confinamiento a la población. Paralelamente, han surgido en España nuevos modelos de negocio, como el take away (comida para llevar), el delivery (comida a domicilio), el servicio a domicilio o, el más reciente, take a restaurant (restaurante a domicilio). Nuevas fórmulas que facilitan el envío de alimentos a los domicilios para evitar el contagio. David Muñoz, por ejemplo, ha implantado un sistema de delivery en su restaurante Diverxo (el único 3 estrellas Michelin de Madrid).

Pero, además de saludable y solidaria, la gastronomía tiene que ser una actividad sostenible. Debemos conseguir que la tierra y el agua sigan dando alimentos en el presente y en el futuro. Y para eso, hay que conseguir que las producciones agroalimentarias sean, cada vez, más ecológicas. La Organización de las Naciones Unidas ya advirtió de que debemos reducir el consumo de carne, porque las producciones ganaderas generan altos índices de contaminación y un fuerte impacto ecológico.

Y el Presidente del Gobierno, en la inauguración de la Cumbre del Clima, señaló que uno de los aspectos fundamentales para impulsar la Agenda 2030 y sus Objetivos de Desarrollo Sostenible es, sin duda, adaptar la cadena alimentaria a las exigencias del medio ambiente.

Incluso, desde el punto de vista gastronómico en el sentido estricto, los productos de cercanía, los artesanales y ecológicos, tienen una mayor calidad y son más sabrosos.

Por tanto, la gastronomía se ha convertido, con el impulso de España, en una actividad que es, y tiene que ser, cada vez más saludable, solidaria y sostenible. Y, por supuesto, satisfactoria.

Decía el profesor Grande Covián que "la gente come lo que debe, si le gusta". Por tanto, es fundamental

seguir cuidando el aspecto satisfactorio de la comida, que la gente pueda disfrutar comiendo y, en especial, los niños.

La cocina debe evolucionar en este sentido. Los restaurantes y comedores colectivos tienen que adaptar su oferta gastronómica para estar a la altura de estas nuevas demandas.





La cocina de la libertad

En ese marco de la cocina, España también ha experimentado un cambio sustancial, impulsando la "cocina de la libertad". Los cocineros han pasado de ser intérpretes de la cocina tradicional de cada país, o de la alta cocina francesa, para convertirse en artistas, en chefs creativos y con capacidad de innovación.

El ejemplo más destacado es, sin duda, Ferrán Adrià, un chef que ha conseguido cambiar el rumbo y la historia de la cocina en todo el mundo. Y no solo incorporando nuevas tecnologías y sistemas de trabajo y de elaboración de los platos sino, también, añadiendo otros dos sentidos (junto al gusto y al olfato) al placer de la comida: la vista y el tacto.

En la cocina creativa actual se valora mucho el sentido estético, el emplatado, la presentación de los platos. Además, las elaboraciones que juegan con la diferencia de texturas y temperaturas son más interesantes y más sabrosas.

En último término, también el oído puede jugar un papel importante, porque este tipo de cocina obligaría a explicarla para que el comensal entienda lo que está degustando.

Por tanto, la cocina de la libertad es, también, la cocina de los cinco sentidos.

La educación del gusto

El ser humano tiene una gran capacidad para disfrutar de las bellas artes y de las actividades de ocio. Pero, para ello, es necesario entrenar los sentidos y aprender a apreciar las sutilezas que encierra cada disciplina. Del mismo modo, también debemos aprender a disfrutar de la gastronomía.

En ese sentido, y para terminar, me gustaría mencionar la Resolución del Parlamento Europeo, de marzo de 2014, sobre el "Patrimonio gastronómico europeo: aspectos culturales y educativos".

En esta Resolución, el Parlamento Europeo señala la importancia de la gastronomía como patrimonio cultural europeo, destacando la influencia que tiene en el turismo y en la salud, la solidaridad y la sostenibilidad.

Y termina recomendando, a todos los Gobiernos que componen la Unión Europea, que incorporen, en sus planes educativos, conocimientos de alimentación, nutrición y gastronomía y la educación del gusto. Porque para aprender a comer bien no basta con adquirir una serie de conocimientos teóricos, sino que es necesario experimentar para educar los sentidos.

Si le explicamos a un niño que es mejor comer un melocotón que un bizcocho dulce, no conseguiremos que elija el melocotón. Hay que tratar de que lo coma y le guste.

Por tanto, la educación del gusto es fundamental para alcanzar un modelo de alimentación en el marco de la evolución de la gastronomía en el siglo XXI.

Agrifood Comunicación
C/ Daoiz Nº6 Bajo B
28004 Madrid
España
Tel: 91 721 79 29
E-mail: agrifood@agrifood.es
www.agrifood.es

Coordinación:



Entidades colaboradoras:

