

CUANDO EL ETIQUETADO "SIN GLUTEN" ES INNECESARIO Y CONFUSO

Beatriz Robles. Tecnóloga de los Alimentos www.seguridadalimentariaconbeatriz.com

¿Crees que cuanta más información aparece en la etiqueta de un alimento más claridad para el consumidor?

La respuesta inmediata sería Sí, claro que sí.

Pero esta verdad incontestable tiene matices. Y uno de ellos es el etiquetado "sin gluten".

No es una sensación subjetiva. En los supermercados cada vez hay más productos etiquetados como "sin gluten" cuando, no hace tanto tiempo, encontrar estos alimentos en una tienda convencional era excepcional y muy complicado.

Y esto, que parece positivo para las personas celiacas, puede ser un problema. Porque muchos productos que no contienen gluten de forma natural (como la leche) se etiquetan destacando que son "sin gluten". Contradiciendo así la legislación y pudiendo confundir al consumidor.

El etiquetado "sin gluten" también es una estrategia de marketing.

En los últimos años ha crecido la moda de la dieta sin gluten para personas que no tienen ningún tipo de intolerancia.

Esta tendencia es impulsada por figuras reconocidas con gran poder de influencia que hacen afirmaciones a veces vagas ("se encuentran mejor") y otras veces graves (como que el gluten está relacionado con enfermedades autoinmunes, depresión, fatiga, etc.).

El problema está en que no hay ninguna evidencia científica que demuestre que eliminar el gluten de la dieta en las personas que no tienen intolerancia tenga ningún efecto positivo. Pero la industria es consciente de

esta moda y la aprovecha a su favor. Y sin ninguna inversión, ni tecnológica, ni publicitaria, ve incrementadas sus ventas porque aparentemente se diferencia de la competencia. Simplemente añadiendo en la etiqueta "sin gluten" a un producto que, por definición, no lo contiene.

¿Se puede indicar "sin gluten" en alimentos que por su naturaleza no lo contienen?

La mención "sin gluten" en productos que están exentos de forma natural, no sólo no es necesaria sino que va en contra del espíritu del Reglamento 1169/2011 sobre la información alimentaria facilitada al consumidor.

Hace tan solo unos meses (el 20 de julio de este año) entró en vigor el Reglamento 828/2014 relativo a los requisitos para la transmisión de información a los consumidores sobre la ausencia o la presencia reducida de gluten en los alimentos.

En él encontramos un considerando inicial que indica que "en un alimento que contiene ingredientes exentos de gluten de forma natural debe ser posible que se indique la ausencia de gluten de forma voluntaria".



Pero, para poder hacer esta mención, se deben cumplir las normas generales sobre prácticas informativas leales en el etiquetado voluntario recogidas en el artículo 7 del Reglamento 1169/2011. Y una de ellas (destacada en el Reglamento 828/2014) es que "la información alimentaria no debe inducir a error al insinuar que el alimento posee características especiales, cuando, de hecho, todos los alimentos similares poseen esas mismas características".

Un ejemplo es la leche: indicar que una leche es "sin gluten" está insinuando que el resto de marcas de leche pueden contenerlo. Pero el hecho es que ninguna leche contiene gluten.

¿Cómo perjudica esto al consumidor?

Podría pensarse que el exceso de información no puede tener repercusiones negativas sobre el comportamiento de los consumidores. Pero no es así.

Desde el punto de vista del marketing es una práctica desleal porque la marca pretende diferenciarse del resto con una caracterís-

tica que es común a todos.

Pero, además genera confusión en el consumidor porque informar de que un producto que de forma natural no contiene gluten es "sin gluten", lleva a pensar que otros productos iguales que éste, pero de otra marca si lo contienen. Y se escogera en función de esta creencia equivocada.

El consumidor no tiene por qué estar enterado de las sutilezas que permite la legislación.

Es cierto que las personas que tienen algún tipo de intolerancia o alergia alimentaria se hacen expertos en el etiquetado de los productos y son capaces de detectar la sustancia que les perjudica incluso aunque la información sea borrosa. Pero, la industria no debería ponérselo difícil ni debería aprovechar las interpretaciones de la ley para hacer anuncios o alegaciones desleales.

La calidad de la información que reciba el consumidor es lo que le permitirá hacer elecciones conscientes, coherentes y seguras.

Latas
Variedades: Dulce, Agridulce o Picante

"La Dalia" 70 g • 175 g • 1.750 g 800 g • 370 g	"El Madroño" 70 g
--	-----------------------------

D.O.P. "Pimentón de La Vera" Pimentón Ecológico

Bolsas
Variedades: Dulce, Agridulce o Picante
Denominación de Origen Protegida
"Pimentón de La Vera"

100 g • 250 g • 500 g • 1 Kg

Pimentón de La Vera "La Dalia"
**Especial para
Tu día a día**

**Pimentón y Especies
LA DALIA**

Polígono Industrial «El Pozuelo», s/n
10400 Jaraiz de La Vera - Cáceres, España (Spain)
Tel: +34 927 46 01 99 - Fax: +34 927 46 07 27
E-mail: info@pimenton-ladalia.com
www.pimenton-ladalia.com