



CAROLINE BLUMBERG / EFE / ARCHIVO

Muestras de algunas botellas de vino durante la feria Vinexpo celebrada en Burdeos en el 2007

Las bebidas alcohólicas se escapan de la nueva normativa europea sobre etiquetado, pensada para mejorar la salud

# El alcohol, especie protegida

BEATRIZ NAVARRO  
Bruselas. Corresponsal

El alcohol se consolida como intocable en Europa. En contra de lo previsto, las bebidas alcohólicas no estarán sujetas a las nuevas normas de etiquetado de la UE. En realidad, que el alcohol salga de rositas de cada intento por regular cualquier aspecto del consumo de alcohol no es ninguna novedad. Pero esta vez parecía difícil que pudiera escaparse de las propuestas sobre etiquetado, ya que su objetivo es "dar al consumidor los medios para mejorar poder elegir una alimentación equilibrada y saludable".

Y si se trata de mejorar la salud pública, difícilmente puede ignorarse los efectos del alcohol: se

calcula que 55 millones de europeos tienen problemas de alcoholismo, muchos de ellos, jóvenes (el consumo excesivo de alcohol está relacionado con la muerte de uno de cada cuatro varones y una de cada diez mujeres de entre 15 y 29 en la UE). Sin embar-

go, se ha quedado fuera de la propuesta. "Los consumidores también necesitan datos sobre las bebidas alcohólicas, pero hay que trabajar más en el tema. Volveremos a abordarlo", se excusaba ayer el comisario de Salud Markos Kyprianou, responsable de

## Más control sobre los alérgenos

Los productos que son susceptibles de producir alergias –como frutos secos, leche, mostaza o pescado– estarán más controlados si finalmente se aprueba el proyecto de reglamento presentado ayer. Según la normativa actual, sólo los alimentos preenvasados deben infor-

mar sobre la presencia de alérgenos en su lista de ingredientes –es común encontrar la frase "contiene trazas de cacahuete" en algunas etiquetas–. Con la nueva propuesta, esta obligación pasaría a cualquier alimento, incluidos los que se compran a granel. También a la comida que se

sirve en restaurantes, con lo que las cartas incluirían esta indicación al lado del nombre del plato.

Las reacciones alérgicas que ciertos productos pueden provocar en algunas personas representan "un grave riesgo para la salud", informan en la UE.

## La información, por delante, clara y legible

En un intento de reducir la obesidad en la UE –se calcula que afecta a 135 millones de europeos–, la Comisión Europea propuso ayer mejorar la información que aparece en el etiquetado de los alimentos.

**Visibilidad.** El texto deberá aparecer en la parte delantera del envase y ser legible. Para evitar trampas, habrá un cuerpo de letra mínimo.

**Más datos.** El fabricante deberá informar obligatoriamente sobre el contenido en calorías, grasas, grasas saturadas, carbohidratos, azúcares y sales. Ahora sólo es obligatorio en los alimentos dietéticos o enriquecidos. Se advertirá de la presencia de ingredientes que puedan causar alergias, incluso en las comidas servidas en bares o restaurantes.

### Impacto sobre la dieta.

Cada envase deberá indicar a qué porcentaje de la cantidad diaria recomendada de nutrientes corresponde el alimento. Las asociaciones de consumidores reclamaban datos sobre grasas *trans* y un código de colores para alertar sobre los peligros de la comida basura.

**Origen.** Los fabricantes deberán revelar el país de origen del ingrediente principal si se usa como reclamo publicitario y el nombre pueda inducir a engaño. Por ejemplo, se debería señalar "mantequilla holandesa elaborada con leche francesa".

la iniciativa. Bruselas se ha dado nada menos que cinco años para estudiar si es posible legislar en este "terreno sensible".

España, Francia, Italia, Alemania, Portugal, Grecia, Bulgaria, Austria, Chipre y Rumanía habían solicitado en una carta conjunta a la Comisión Europea que el vino, del que son los principales productores, quedara excluido de la propuesta ya que está sujeto a una normativa específica, más suave que la de otros alcoholes. Finalmente, el trato privilegiado se ha ampliado a la cerveza y los espirituosos, que no estarán obligados a revelar su contenido en carbohidratos, grasas, azúcares y sales, su impacto sobre una dieta equilibrada y sus calorías.

Hay una excepción. No se escapan de la normativa las bebidas alcohólicas que algunas marcas de vodka o ron venden premezcladas con refresco o zumos, conocidas como *breezers*. "En el caso de un zumo de naranja, publi-

## La Comisión Europea ya renunció a reforzar la legislación sobre venta y publicidad, en la línea del tabaco

camos su contenido nutricional, así que sólo porque se le añade alcohol no podemos dejar de hacerlo", señaló ayer Kyprianou, que alegó también el hecho de que estos productos estén destinados a los jóvenes.

El responsable europeo de Salud ya tuvo que dar marcha atrás en el 2006 en su intento de endurecer la legislación sobre venta de alcohol, con campañas de información en la línea del tabaco; se llegó a pensar en medidas para restringir su venta, consumo y publicidad, un área legislativa delicada y económicamente sensible, que choca con las competencias nacionales y los intereses de las diferentes industrias (el vino, la cerveza o los espirituosos). La iniciativa fue sometida a una de las campañas de presión por parte la industria más duras que se recuerdan en Bruselas. Los efectos de este *lobby*, sumados a las reticencias de los gobiernos, sirvieron para descafeinar totalmente la propuesta, que se quedó en una mera estrategia europea de apoyo a las campañas nacionales para advertir de los problemas del alcoholismo y un foro de debate con la industria.●

## Posible intoxicación mortal por consumo de un zumo tropical

JOSÉ BEJARANO  
Sevilla

La Junta de Andalucía ha activado la red europea de alertas alimentarias a raíz de la muerte de un hombre de 40 años y la intoxicación de su mujer, en la localidad granadina de Ogíjares, posiblemente por la ingestión de un jugo de noni (fruta tropical) que se vende por internet. El hombre

falleció el domingo y la mujer permanece hospitalizada. El producto es de la marca estadounidense Tahitian Noni y lo distribuye Morinda Internacional, empresa mexicana que desde el 2003 cuenta con autorización de la UE para la venta por internet.

En una nota elaborada por la Consejería de Salud se reconoce la imposibilidad de tener datos del lote o la fecha de caducidad

porque la etiqueta es ilegible. Se trata de envases de un litro de jugo. Aunque es de venta exclusiva por internet, tampoco se descarta que haya determinados envases en tiendas dado que su consumo se ha extendido de forma importante también en herboristerías. La directora de Salud de Granada, Isabel Marín, dijo ayer que se puede estar ante un típico caso de "venta en cascada", una especie de reventa practicada por personas que compran cantidades por internet y luego distribuyen a través de pequeños establecimientos.

La autopsia practicada al fallecido apunta que sufrió una reacción adversa a la ingestión de ese producto o bien una intoxicación, por lo que Salud ha enviado muestras al Instituto Nacional de

Toxicología para su análisis y un juzgado ha abierto diligencias. Lo tomaron en el desayuno del domingo, tanto el fallecido como su esposa, pero ella poca cantidad debido a que no le gustó el

## Los envases del jugo de Noni, que la marca Tahitian vende por internet, muestran etiquetas ilegibles

sabor. Poco después sufrieron mareos, vómitos y calambres. La Junta ha ordenado la retirada de cualquier producto de estas características y ha pedido a los ciudadanos que se abstengan de con-

sumirlo. Salud informó de que podría ser un lote con problemas, por lo que pidió que se no compren alimentos que carezcan de etiqueta, en la que debe figurar la razón social del fabricante, la descripción del producto, las fecha de caducidad o consumo preferente y el número del lote.

La marca Tahitian Noni, presente en 70 países, realiza por internet una publicidad que atribuye a este jugo de fruta tropical, cultivada en la Polinesia francesa, propiedades como la longevidad y el bienestar, asegurados en una semana si se ingiere más de medio litro diario. La directora de Salud alertó ayer de que si el jugo está en buenas condiciones no es nocivo, "aunque tampoco tiene los efectos extraordinarios que la publicidad le atribuye".●