



Las cosas por su nombre

¿Leche de almendra? ¿Leche de coco? Error. Ni los elaboradores de estos productos en las etiquetas, ni los negocios —tiendas, cafeterías o restaurantes— en su cartelería, pueden utilizar esta denominación.

A pesar de esto, muchos incumplen las normas confundiendo al consumidor.

Con el auge de los nuevos hábitos de alimentación veganos es muy frecuente la utilización errónea del término “leche” para referirse a las bebidas vegetales. Esta atribución se construye no sólo por sus similares características organolépticas, sino por la subjetividad con que cuenta sobre su valor nutricional.

En este contexto, es cada vez más frecuente encontrar anuncios de venta de estas bebidas, no solo en dietéticas y locales especializados sino también en conocidas cafeterías de marca global —a Starbucks se le hizo el reclamo pertinente—, y todo tipo de restaurantes. Incluso la cadena de dietéticas más importante del país recalca a este

tipo de productos como uno de los más vendidos.

Se trata de una tendencia global, originada en la Unión Europea, que incluso cuenta desde el año 2018 con su Día Mundial (World Day) —el 22 de agosto—, que nuclea una red de treinta y tres organizaciones —ambientalistas, proteccionistas y veganas entre

otras—, a través de una plataforma digital —world plant milk day—, en la cual disponen de material de fomento del consumo de estos productos para que los usuarios lo compartan en sus redes sociales.

Lo preocupante en estos casos es que incentivan a los consumidores a dejar de consumir productos lácteos, con fundamentos con un alto nivel de subjetividad, sensibilización y bajo rigor científico, basados en el cuidado del ambiente, la protección animal y la mejora de la salud. Actualmente, esta plataforma dispone de una suscripción libre y gratuita para el “desafío de una semana sin lácteos”, asistiendo digitalmente a quienes quieran dejar la alimentación con lácteos.

Parecido no es lo mismo

¿Por qué los veganos quieren llamar leche a estas bebidas vegetales? ¿Por qué le surge la necesidad a esta nueva cultura “anti leche” de relacionar su propuesta alternativa a justamente lo que quieren denostar? ¿Por qué alguien siendo vegano pretende seguir tomando alguna clase de leche al igual que comiendo una carne “sintética” o luciendo un cuero “ecológico”? ¿Dónde queda el fundamentalismo y la batalla moral a la que estos movimientos quieren llevar el debate ganadero? Aparentemente no es tan fácil renunciar a estos términos.

Para complicar aún más la cuestión, el debate sobre estas bebidas de origen vegetal muchas veces se mezcla caprichosamente con otras causas o discusiones de la sociedad, como ambientalismo, veganismo y hasta cuestiones de género, alineando posiciones cuando en realidad no tienen un común denominador.

Desde la otra vereda, las “leches alternativas” y la discusión sobre la utilización del término leche genera mucho enojo y posiciones también extremas

LA NORMA O EL CAOS

El término “leche” dentro del marco normativo y las consecuencias por su mal empleo en el ámbito comercial.

La presencia de organismos que intervengan y entiendan en la materia es fundamental. Aunque la población en sí está comprometida, sin lugar a dudas, el consumidor final es el actor más vulnerable de todos. Si bien él tiene el poder de decidir comprar o no un producto, puede ignorar muchos aspectos, entre ellos la información cierta, clara y precisa de lo que llega a sus manos, sus características esenciales.



Poco y nada puede afectar en el ámbito privado llamar a las cosas por el nombre que uno quiera, sin embargo, cuando se trata de relaciones comerciales —principalmente en la relación de consumo—, la formalidad mínima requiere que utilicemos términos precisos en los productos y que éstos estén fuertemente vincula-

dos a su composición u origen. Es por esto que las “reglas” definen las características, composición y nomenclatura a los productos destinados para el consumo humano como el Código Alimentario, y tratan de poner un manto de condiciones de trato equitativo y digno, asegurando un respeto y consideración por quienes accederán a un producto o servicio (Art. 42, Constitución Nacional, y Ley 24.240).

Vulnerar estas reglas, por más que pueda parecer inofensivo, en realidad es dejar librado al arbitrio de una de las partes el manejo de la información, y por ende, reducir el pleno convencimiento y libertad de elección del consumidor, quien optó por una “leche” que no es leche.

Dr. Iván López

por parte de algunos sectores, como el productivo. Un productor referente el oeste de la provincia de Buenos Aires hace poco tiempo atrás, tratando el tema aseguró crudamente que los veganos “son como los zurdos con Iphone, a estos les gusta el durazno y no se bancan la pelusa”.

Pero el propósito del presente artículo no es hacer un juicio de valor sobre el aporte nutricional de las mismas, sino informar y reflexionar respecto de la importancia y el valor de la denominación de los alimentos.

El Código es la Biblia

Con el objetivo de transparentar y “marcar la cancha” en lo que se re-

fiere a la dinámica de la producción, industrialización y comercialización de todo tipo de alimentos y bebidas se estableció un código como en muchos países. El Código Alimentario Argentino (CAA) es un conjunto de disposiciones higiénico-sanitarias, bromatológicas y de identificación comercial que fue puesto en vigencia por la Ley 18.284, reglamentada por el Decreto 2126/71. Tiene como objetivo primordial la protección de la salud de la población, y la buena fe en las transacciones comerciales.

Se trata de un reglamento técnico en permanente actualización que establece las normas que deben cumplir las personas físicas o jurídicas, los estable-

ACTUALIDAD

SOLO EL COLOR BLANCO EN COMUN



Entre los cambios que está sufriendo el mundo, no es menos relevante el que se produce

en el tipo de alimentación que se elige hoy en día. Los movimientos veganos o naturistas, entre otros, que están en auge en estos tiempos, han realizado cambios profundos y también remplazos. El ejemplo más emblemático es sin duda el de la leche de vaca, cabra u ovina —únicas leches que existen—, por bebidas vegetales a las que erróneamente, también se les llama leche, quizás solo porque tienen el mismo color blanco, sin tener en cuenta que los valores nutricionales/proteicos son totalmente distintos y que la leche es indudablemente irremplazable.

*Marcela Vanin,
Técnica en trazabilidad
y Control de Calidad,
Univ. Agraria de Nápoles Federico II*

cimientos, y los productos que en ellos se producen, elaboran y comercializan. El CAA cuenta con 21 capítulos que incluyen disposiciones referidas a condiciones generales de las fábricas y comercio de alimentos, a la conservación y tratamiento de los alimentos, el empleo de utensilios, recipientes, envases, envolturas, normas para rotulación y publicidad de los alimentos, especificaciones sobre los diferentes tipos de alimentos y bebidas, coadyuvantes y aditivos.

¿Quién es la autoridad del código? El CAA es actualizado y modificado por la Comisión Nacional de Alimentos (CONAL), un organismo técnico que se encarga de las tareas de asesoramiento, apoyo y seguimiento del Sistema Nacional de Control de Alimentos. La Comisión está conformada por representantes del Ministerio de Salud de la Nación, de la Administración Nacional de Medicamentos, Alimentos y Tecnología Médica, del Ministerio de Agricultura, Ganadería y Pesca de la Nación, del Servicio Nacional de Sanidad y Calidad Agroalimentaria, de la Subsecretaría de Defensa del Consumidor y de las 24 jurisdicciones bromatológicas jurisdiccionales del país.

¿Qué dice el Código de la “leche vegetal”?

Las normas que integran el Código Alimentario Argentino se encuentran disponibles en el sitio web de la Administración Nacional de Medicamentos, Alimentos y Tecnología Médica (ANMAT), en el área de normativas de alimentos.

Según el CAA Capítulo VIII, Artículo 554, “Con la denominación de Leche sin calificativo alguno, se entiende el producto obtenido por el ordeño total e ininterrumpido, en condiciones de higiene, de la vaca lechera en buen estado de salud y alimentación, proveniente de tambos inscriptos y habilitados por la Autoridad Sanitaria Bromatológica Jurisdiccional y sin aditivos de ninguna especie. La leche proveniente de otros animales, deberá denominarse con el nombre de la especie productora”.

Por lo tanto, las bebidas de origen vegetal no son leche. Estos productos deben llamarse “bebidas en base a...”.

Si no lo son, ¿cómo denunciarlas?

La utilización de la denominación leche para la comercialización de las bebidas de coco, soja, almendra, avellana y otros vegetales es una in-

fracción que puede denunciarse de las siguientes formas:

1. Cuando ocurre en el rótulo: Si el término leche está en la etiqueta del envase original del producto, la denuncia se hace en el Instituto Nacional de Alimentos (INAL).

Es importante contar con fotos de todas las caras del envase/rótulo para obtener toda la información necesaria: nombre del producto, elaborador, RNE (Registro Nacional de Establecimiento), nombre y dirección del local de expendio. La misma puede realizarse por vía telefónica al 0800-222-6110 o por mail a vigi.alimentaria@anmat.gov.ar. Existe aún más información en el sitio de ANMAT en la sección de vigilancia alimentaria.

2. Cuando ocurre en un producto importado: Cuando el término leche se encuentra en el producto en otro idioma también constituye una infracción. Si se tratara de un producto importado debe constar una etiqueta aclaratoria que adecúe los términos del país elaborador a la normativa local.

3. Cuando ocurre en el local de venta: Si el término leche está en un cartel/letrero o señalización del comercio —establecimiento expendedor—, la denuncia debe realizarse en defensa del consumidor por tratarse de publicidad engañosa. Hay una línea de orientación gratuita 0800-666-1518 y la denuncia se realiza a través de la web de argentina.gob.ar en defensa del consumidor.

Cuando la infracción ocurre en la ciudad de Buenos Aires, se puede realizar la denuncia telefónica (0800-999-2727) o digital donde se cuenta con un sistema que permite geo referenciar las denuncias y adjuntar fotos (Defensa del consumidor de la Ciudad de Buenos Aires). El mismo permite realizar un seguimiento del proceso de fiscalización y su resultado. De acuerdo a mi experiencia personal es más efectiva y el sistema es muy amigable. En ambos casos si el personal de-

terminó que lo que se reportó efectivamente puede constituir una violación a la normativa de Lealtad Comercial, se dispone realizar una inspección a la empresa involucrada. Por eso es fundamental indicar la dirección exacta del comercio expendedor. Y en caso de corresponder se iniciará un procedimiento administrativo que puede culminar con una multa entre cien a cinco millones de pesos. Otra tercera opción de denuncia es la presencial en cualquier sede comunal elegida por el denunciante, presentando una nota y pruebas de la infracción. En este caso se gestionaran audiencias con la contraparte y en caso de no llegar a acuerdo el proceso se judicializa. Todo el proceso es gratuito y no requiere de asesoramiento legal particular.

Se está agitando el avispero

En el último mes, tres locales expendedores, en este caso dietéticas y de las más importantes, fueron multados por esta infracción y en uno de los casos se inició el proceso de judicialización.

Es importante generar espacios de comunicación entre los actores involucrados a fin de informar, concientizar y sensibilizar respecto de la importancia de la denominación de estos productos. Involucrar a los consumidores, a quienes deben tomar las denuncias, a quienes elaboran estos productos así como también a quienes los comercializan.

¿Podemos cerrar la grieta entre ambas culturas? Es clave para el futuro que se logre trabajar en una línea de pensamiento que procure construir la convivencia entre la leche y el resto de las bebidas que procuran competir con ella donde el consumo de estos diferentes productos no es excluyente. Tenemos que sacar a la leche de esta nueva grieta y comunicar con honestidad a los consumidores respecto de los alimentos que se comercializan.

Mención aparte merece la importancia de sensibilizar respecto del valor nutricional de los lácteos, y de la necesidad de contar con el acompañamiento y asistencia de un nutricionista para suprimirlos de las dietas. ●



Vet. Agustina Llano



Feed Green

Conservación de Forrajes

**Ensilado de cereales, pasturas,
maíz, sorgo y soja.
Bunker, embolsado y autoconsumo**



**NUEVO SERVICIO:
Desparramado de estiércol sólido**

L.N. Alem 508 1° "A" - B6450BBL
Pehuajó - Buenos Aires
Tel.: (02396) 475549 | 15548758 | 15548763
carlosmalaspina@feedgreen.com.ar
www.feedgreen.com.ar

