

CONCLUSIONES

EL ACCESO A LA INFORMACIÓN EN LA SOCIEDAD DE CONSUMO ES UN DERECHO ESENCIAL PARA EVITAR QUE LOS CIUDADANOS SEAN ENGAÑADOS Y ESTAFADOS. Donde la lógica del lucro es la práctica dominante y donde la concentración del poder económico se restringe a un pequeño número de empresas, el acceso a la información resulta ser una importante herramienta de defensa individual y colectiva.

Alimentarnos e hidratarnos es la primera y más básica actividad de consumo que establecemos con nuestro entorno para sobrevivir. Un aspecto primordial de toda cultura es el conocimiento que desarrolla para alimentarse de manera adecuada. La alimentación es cultura y esta es información. Los alimentos elaborados por la familia o la comunidad han sido desplazados. Las dietas tradicionales fueron sustituidas, en el proceso de globalización, por una industrial y homogénea forma de

alimentarnos. Un reducido grupo de supercorporaciones acaparan gran parte del mercado global de alimentos. Por las características que presentan estos productos altamente procesados, se han convertido en una amenaza para la salud de la población.

La educación alimentaria tradicional se ha perdido y los individuos se guían por la publicidad y la información de los empaques. El acceso a la información en materia de alimentos y bebidas es un requisito para preservar la salud. Etiquetados que realmente orienten a los consumidores, publicidad que no engañe y una normatividad que asegure productos de calidad deben ser garantizados por las autoridades competentes. Sin embargo, para enfrentar la epidemia de malnutrición que vivimos, también se requieren campañas efectivas de orientación alimentaria que permitan a los consumidores tener acceso a la infor-

mación necesaria para distinguir las cualidades de los diversos alimentos.

Las reformas que deben realizarse para que los consumidores podamos ejercer nuestro derecho a la información en relación con los alimentos son las siguientes:

1. Establecer etiquetados sencillos y claros para los consumidores.
2. Aplicar el principio precautorio sobre los aditivos utilizados en los alimentos cuyo riesgo para la salud no se haya identificado plenamente.
3. Prohibir la publicidad de alimentos dirigida a la población infantil.
4. Recuperar el conocimiento sobre las propiedades de los alimentos naturales y la dieta tradicional a través de campañas masivas de orientación.
5. Garantizar que el derecho a la información sobre la calidad de los alimentos vaya acompañado del acceso a alimentos saludables y agua potable.

La mercantilización de la alimentación es paralela a la mercantilización de la salud, cuya expresión más nociva y fraudulenta se encuentra en los productos milagro. La publicidad de estos se resuelve a través de:

1. una legislación más específica, como la propuesta en la reforma al RLGSMP;
2. establecer multas contra la publicidad engañosa, cuyo monto sea un porcentaje proporcional al de las ganancias de la empresa infractora;
3. implementar procedimientos que obliguen a los anunciantes a presentar la autorización de la Secretaría de Salud ante los medios de comunicación que contraten para difundir su publicidad;
4. sanciones económicas significativas para los medios de comunicación que difundan publicidad no autorizada;

5. dar un marco regulatorio claro y preciso al uso tradicional de la rica herbolaria mexicana.

LA MERCANTILIZACIÓN DE LA ALIMENTACIÓN ES PARALELA A LA MERCANTILIZACIÓN DE LA SALUD, CUYA EXPRESIÓN MÁS NOCIVA Y FRAUDULENTE SE ENCUENTRA EN LOS PRODUCTOS MILAGRO.