



European Pharmaceutical Law Group

El derecho a la información en salud alimentaria **Valoración del Código PAOS.**

Nuria Amarilla. Resp. Área Salud Alimentaria de Eupharlaw.
www.eupharlaw.com

La obesidad infantil es un problema multifactorial que exige una respuesta coordinada de todos los agentes implicados entre los que se incluye no sólo la industria alimentaria y el sector de la publicidad, sino también las autoridades sanitarias, padres y educadores, minoristas, así como muchos otros. Las medidas deben ir más allá del mero control de la promoción de alimentos, necesario, pero insuficiente cuando se mira aisladamente.

Ahora bien, con el fin de disminuir la tendencia creciente a la obesidad, es necesario que los alimentos sean seguros y garantizar su calidad nutricional, pero también la información que se da sobre los mismos, para lo cual hay que contar con la participación activa de los ciudadanos-consumidores, la comunidad científica y los agentes económicos y sociales, así como con los controles pertinentes por parte de los poderes públicos.

La fuente originaria de la información es la industria, que es quién mejor conoce sus productos, pero no es la única. Todos los agentes que informan sobre salud al ciudadano comparten una co-responsabilidad, en función de su cuota de participación, junto con el propio ciudadano, que tiene también su parte de responsabilidad una vez ha sido correctamente informado.

¿Quiénes son los agentes obligados a proporcionar una información correcta, adecuada y veraz al ciudadano? La industria, las Administraciones, la distribución, los profesionales sanitarios y, también, los medios de comunicación.

En materia de productos dirigidos a la alimentación de niños y jóvenes, la información se hace, si cabe, más esencial.

Desde Eupharlaw mantenemos, desde hace años, que la información proporcionada sobre la seguridad o características del producto constituye el contenido de un vínculo contractual con el ciudadano, de modo que si esta es errónea o incompleta, habrá un incumplimiento de contrato por parte del emisor.

En el caso que nos ocupa, con carácter previo, y siempre para las empresas adheridas expresamente al sistema de autodisciplina publicitaria en se apoya el Código PAOS, su publicidad podrá ser sometida a dictamen previo para constatar su adecuación al Código y a la legalidad vigente. Este sistema, establece asimismo un mecanismo de resolución extrajudicial de controversias, pero esto no impide que su responsabilidad pueda también ser exigida ante los Tribunales, si se considera necesario.