

**La paradoja de la confianza: ¿ante un “techo de cristal” que limita el avance hacia una dieta alimentaria más saludable en la Argentina?**

*The paradox of trust: a “glass ceiling” that limits progress towards a healthier diet in Argentina?*

ARK CAICYT: <http://id.caicyt.gov.ar/ark:/s23141174/5xismbwn8>

**Carlos Alberto Cattaneo**<sup>80</sup>

Facultad de Agronomía - Universidad de Buenos Aires – Facultad de Ingeniería y Ciencias Agrarias - Pontificia Universidad Católica Argentina Santa María de los Buenos Aires – Argentina.

**Ana María Bocchicchio**<sup>81</sup>

Universidad de Buenos Aires - Argentina

**Elizabeth Alejandra Candelino**<sup>82</sup>

Facultad de Agronomía - Universidad de Buenos Aires – Argentina.

**Resumen**

Los alimentos saludables se constituyeron en los últimos años en una de las formas más representativas de nuevas pautas de consumo. Representan formas de diversificación del consumo alimentario que busca, en otras cosas, una mejora de la dieta y la prevención de problemas de salud. Este proceso obedece a múltiples causas y ha sido movilizado, entre otros factores, por la desconfianza que manifiestan ciertos sectores de la población, en especial en los países de desarrollo avanzado, hacia los alimentos convencionales (principalmente los ultraprocesados) y su relación con los riesgos asociados con su ingesta. Si bien esta situación, que se verifica también en el ámbito local y regional, puede posibilitar una expansión del consumo de los denominados *alimentos saludables* en el marco de la heterogeneización del consumo alimentario que postulamos, la consolidación de la confianza en ellos encuentra una serie de barreras. En tal sentido, este trabajo problematiza la construcción de confianza poniendo en tensión los factores que operan en ella. Se abordan, como cuestiones centrales, los déficits en materia de información y comunicación sobre las propiedades de los productos, los mecanismos que regulan su producción y comercialización y la estructura de gobernanza en el ámbito alimentario. A partir del análisis realizado, de sus manifestaciones y expresiones más concretas particularmente en el caso de la Argentina actual,

---

<sup>80</sup> Correo electrónico: [cattaneo@agro.uba.ar](mailto:cattaneo@agro.uba.ar)

<sup>81</sup> Correo electrónico: [bocchicc@agro.uba.ar](mailto:bocchicc@agro.uba.ar)

<sup>82</sup> Correo electrónico: [candelino@agro.uba.ar](mailto:candelino@agro.uba.ar)

sostenemos la tesis que la confluencia de tales factores genera un *techo de cristal* que incide negativamente en el objetivo de promover, ampliar y afianzar patrones de consumo alimentario más saludables en la sociedad.

**Palabras clave:**

PATRONES DE CONSUMO; SALUD; ALIMENTACIÓN; CONFIANZA; INFORMACIÓN

**Abstract**

Healthy foods have become one of the most representative forms of new consumption patterns in recent years. They are representative of diversification of a food consumption that seeks, among others, an improvement of the diet and the prevention of health problems. This process is due to multiple reasons and has been mobilized, among other factors, by the distrust expressed by certain sectors of the population, especially in advanced developed countries, towards conventional foods (mainly, ultra-processed ones) and their relationship with the risks associated with their intake. This situation, which is also verified at the local and regional level, may allow an expansion of the consumption of so-called *healthy foods* within the framework of the heterogenization of food consumption that we postulate. But the consolidation of trust in these foods finds different barriers. In this sense, this work problematizes the construction of trust, putting in tension the factors that operate in it. As central issues, deficits in terms of information and communication on the properties of products, the mechanisms that regulate their production and marketing, and the governance structure in the food sector are addressed. Based on this analysis, its manifestations and more specific expressions, particularly in the case of Argentina today, we support the thesis that the confluence of such factors generates a *glass ceiling* that negatively affects the objective of promoting, expanding and consolidating healthier food consumption patterns in society.

**Keywords:**

CONSUMING PATTERNS; HEALTH; FEEDING; TRUST; INFORMATION

Fecha de recepción: 12 de septiembre de 2020.

Fecha de aprobación: 6 de septiembre de 2021.

## **La paradoja de la confianza: ¿ante un “techo de cristal” que limita el avance hacia una dieta alimentaria más saludable en la Argentina?**

### **1. Introducción**

El proceso de heterogeneización del campo alimentario constituye un fenómeno de alcance global que remite a la emergencia e importancia creciente de múltiples y diversas formas de producción, distribución y consumo de alimentos por parte de determinados grupos y actores sociales (Cattaneo y Bocchicchio, 2019; Cattaneo *et al*, 2020; Díaz-Méndez y Lozano-Cabedo, 2019; Gracia Arnáiz, 2005; Hieke y Taylor, 2012; Wall y Chen, 2018). Se trata de un proceso que se expresa, entre otras modalidades, en las distintas formas que asume el *consumo saludable*, en la ingesta de *alimentos exóticos* y en la revalorización de *comidas étnicas y típicas*, conformando un escenario de opciones -para los que tengan acceso a ellas- que se presenta tan diverso como nunca antes en la historia de la humanidad (Wall y Chen, 2018).

Más allá de las particularidades propias de cada una de las modalidades señaladas y de su acceso reconocidamente diferencial todas ellas poseen como común denominador el hecho de ser una alternativa a las pautas de producción, abastecimiento y consumo convencionales que configuraron el escenario de “homogeneización agroalimentaria” (Cattaneo y Bocchicchio, 2019; Cattaneo *et al*, 2020). Una homogeneización basada en la generalización del consumo de alimentos industrializados (principalmente los ultraprocesados, entendidos como aquellos productos listos para consumir que a menudo poseen elevados niveles de azúcares, sal e hidratos de carbono añadidos, y pocas fibras, minerales y vitaminas, y que por lo general contienen aceites hidrogenados y potenciadores del sabor), en muchos casos de similares marcas y características independientemente de las regiones y de los países en que se producen y comercializan. Este proceso, que se verifica en al menos las últimas cuatro décadas en la mayor parte del mundo, está impulsado en gran medida por las grandes empresas multinacionales productoras de alimentos y por la gran distribución (super e hipermercado) y se vincula con la desaparición de formas tradicionales de producción y consumo, en tanto fue desplazando la tradicional relación entre *la naturaleza y su mesa* y, por lo tanto, el consumo de productos locales y *frescos*.

En el caso particular de los alimentos que integran el universo del consumo saludable, a cuyo análisis dedicamos este artículo, aparece aquí el concepto de *nutricionalización* que hace alusión a la creciente dominancia de consideraciones nutricionales -y relacionadas con la salud- en todas las etapas de la cadena alimentaria y en el discurso de los actores correspondientes a cada una de ellas (Dixon y Banwell, 2004). Se vincula también con lo que Freidin (2016, p. 520) denomina “una dinámica de *healthicization*” que atraviesa especialmente el interés de los estratos socio-económicos medios y altos de la población. Con una gama muy amplia de productos y no estrictamente definida (orgánicos, agroecológicos, artesanales, etc.), las diferencias en cuanto a la presencia o cantidad de determinados componentes respecto de los productos convencionales es tan significativa, como respecto de las relacionadas con los cambios en las modalidades de su producción o elaboración. Si bien lo saludable es un concepto polisémico y está sujeto a las interpretaciones y significados que le asignan distintos segmentos de consumidores, más allá de las definiciones particulares se trata de un consumo que apela a productos con características que se manifiestan bajo distintas formas, entre las cuales pueden reconocerse: la búsqueda de presencia reducida, o nula, de componentes no saludables como grasas, sodio e hidratos de carbono; los alimentos *light*, con contenidos reducidos de los componentes que inducen problemas de obesidad o riesgos de contraer enfermedades cardiovasculares; los alimentos naturales con beneficios para la salud (como las frutas y hortalizas) y los llamados *alimentos funcionales*. Estos últimos son aquellos que, más allá de su condición de alimento, poseen propiedades que impactan favorablemente sobre las funciones del organismo, tanto por su composición en materia de nutrientes como por su capacidad para prevenir enfermedades y contribuir a mejorar la calidad de vida (Santeramo *et al*, 2018; Todt y Luján, 2016; Perales-Albert *et al*, 2013; Rodríguez Arbelo, 2018), derivada la valoración de todas estas características por la difusión mediática que hacen los expertos, investigadores y nutricionistas.

En la actualidad, este proceso se afirma y adquiere nueva dimensión por los cambios de comportamiento inducidos, en el ámbito global, por la emergencia del COVID-19 (Academia Española de Nutrición y Dietética, 2020). Si bien, precedido por situaciones de similares orígenes, en contextos regionalmente acotados, como la influenza aviar A H5N1 altamente patógena de origen asiático o la gripe porcina, ocasionada por una cepa del virus H1N1 que fuera identificada por primera vez en el año 1919, el carácter pandémico de este fenómeno otorgó tal visibilidad a las cuestiones sanitarias y ambientales que podría actuar como catalizador de procesos de transición hacia

estas formas de consumo alternativo. De allí, la necesidad de los actores que integran el sistema productivo de adaptarse a los nuevos requerimientos en tanto es probable que las preocupaciones en torno al binomio salud-alimentos pasarán a jugar un rol de cada vez mayor significancia.

Ahora bien, la revisión y análisis de información secundaria<sup>1</sup> - tanto del ámbito internacional como local- nos ha llevado a problematizar los alcances y limitaciones de la dinámica de adopción de estas nuevas pautas alimentarias, a partir de considerar uno de los componentes centrales que motorizan los comportamientos de adhesión a ellas: la cuestión de la confianza. En tal sentido, el objetivo de este trabajo será poner en tensión las distintas dimensiones con las que definiremos operacionalmente este concepto, en relación con nuestro objeto de atención, a fin de postular la construcción de un sendero que facilite el acceso a una mejor calidad de alimentación e incluso sea de utilidad para atender cuestiones presentes en la discusión agroalimentaria argentina, como las de seguridad y soberanía alimentaria.

## **2. Algunos datos sobre el bajo nivel de consumo de los alimentos saludables en la Argentina**

Más allá del abordaje macro que presentamos sobre las tendencias globales del sistema agroalimentario -de la homogeneización de la producción y consumo en el período de modernización y expansión agroindustrial a los actuales procesos de diferenciación- no es posible soslayar el reconocimiento de segmentaciones de consumo dadas las diferencias regionales, de clase, étnicas, de género y generacionales que van constituyendo conductas e identidades alimentarias según accesos materiales y simbólicos diferenciados y diferenciales. Más aún en el caso de la Argentina, cuyas crisis recurrentes ponen en cuestión en determinados grupos el acceso mismo a la alimentación. No obstante, y si bien los procesos que aquí se señalan aparecen ligados, en primer lugar, al comportamiento de los sectores de ingresos altos y medios y con posibilidades de cuestionarse y modificar sus hábitos de consumo, se pretende aquí plantear una

---

<sup>1</sup> En función de los intereses de indagación se ha seguido una estrategia metodológica de tipo cualitativo, específicamente el método de comparación constante y el muestreo teórico a él asociado, para la identificación y saturación de categorías, siguiendo la propuesta de Glaser y Strauss y su denominada “Teoría Fundamentada” (Glaser y Strauss, 1967). La recolección de datos fue realizada a través del análisis de contenido, utilizando numerosas fuentes consignadas en las referencias, según las exigencias del método aplicado.

problematización sobre el vínculo confianza-salud-alimentación que sea válida para el conjunto de la comunidad toda. Adjuntamos a continuación algunos datos de interés al respecto:

Según la 4ta. Encuesta Nacional de Factores de Riesgo realizada en el año 2019 (INDEC, 2019) el promedio diario de frutas o verduras consumidas en el país fue de 2 porciones por persona, y solo el 6% de la población cubre la recomendación establecida por la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO) y la Organización Mundial de la Salud (OMS), que es de 400 gramos de consumo diario de frutas y hortalizas por persona.

Por su parte, la 2da. Encuesta Nacional de Nutrición y Salud (ENNyS<sup>2</sup>) muestra que:

- El 32,5% de la población de 2 años y más refirió haber consumido frutas al menos una vez por día durante los últimos tres meses.
- Entre los lácteos recomendados, 4 de cada 10 individuos refirieron haber consumido leche, yogur y/o queso al menos una vez al día, tomando como referencia los últimos tres meses y entre las carnes recomendadas, 5 de cada 10 individuos refirieron haber consumido carne roja, carne de ave y/o huevo al menos una vez al día, tomando como referencia los últimos tres meses.
- El 25% de la población refirió haber consumido pescado fresco y/o enlatado al menos una vez por semana.
- El 36,7% de la población manifestó haber consumido bebidas artificiales con azúcar al menos una vez al día, tomando como referencia los últimos tres meses.

---

<sup>2</sup> La ENNyS es una encuesta nacional que proporciona información sobre aspectos relacionados con la nutrición a través de la evaluación de numerosas dimensiones, entre ellas la frecuencia de consumo de diferentes grupos de alimentos, los hábitos alimentarios de la población, la ingesta de alimentos y nutrientes y la lactancia materna. También indaga sobre alimentación en los entornos escolares, políticas alimentarias, etiquetado nutricional, publicidad de alimentos y otros temas relevantes de salud como actividad física, enfermedad celíaca y vacunas. La primera ENNyS fue realizada entre los años 2004 y 2005 exclusivamente en la niños mayores de 6 meses a 5 años, embarazadas y mujeres en edad fértil, mientras que la ENNyS 2 realizada en 2018-2019 fue realizada en niños, niñas y adolescentes (NNyA) de ambos sexos de 0 a 17 años, y en adultos de ambos sexos de 18 años y más (Ministerio de Salud y Desarrollo Social, 2019).

- El 17,2% de la población refirió haber consumido productos de pastelería, y/o facturas, galletitas dulces, cereales con azúcar al menos una vez al día, tomando como referencia los últimos tres meses (Ministerio de Salud y Desarrollo Social, 2019).

Como puede observarse, en el caso particular de la Argentina el consumo de los alimentos que caracterizamos como *saludables* sigue siendo bajo en relación con las recomendaciones de los organismos internacionales, un problema que se agrava si consideramos además que, según datos de la misma encuesta, el exceso de peso es el problema más grave de malnutrición de Argentina, con una prevalencia de 13,6 % en menores de 5 años y de 41,4 % en el grupo de 5 a 17 años.

### **3. El punto de partida: el consumo de alimentos y la cuestión de la confianza**

Una de las razones que explican la emergencia de estas formas de consumo es la creciente preocupación de la población por el riesgo alimentario asociado a los alimentos industrializados y a otras formas del consumo convencional (Contreras Hernández, 2005; Díaz Méndez y Gómez Benito, 2005) y que refiere tanto a los procesos que involucran a la producción de la materia prima misma como a los procesos posteriores de su transformación, o sea la producción industrial del alimento. Se trata aquí de la expresión de uno de los fenómenos identificados como nuevos riesgos sociales o riesgos de la modernidad (Giddens, 1993). A diferencia de otros riesgos que, estando presentes masivamente, parecen dejar poco espacio para su atribución individual (porque son el resultado de la acción de muchos individuos u organizaciones, como por ejemplo el caso del calentamiento global), en el caso de la alimentación permite cierta posibilidad de elección: como el consumir o no consumir determinado tipo de alimentos. No obstante, la cuestión no es sencilla. Son procesos de decisión que se reconocen complejos por la distribución desigual de tales posibilidades pero también por el mecanismo de protección que debe ponerse en juego ante el riesgo y que constituye el eje central de nuestras reflexiones y propuestas: el fenómeno de la confianza.

En efecto, la preocupación mencionada se vincula con la desconfianza en los sistemas industrializados de producción, motorizada por la ocurrencia de varios incidentes negativos vinculados al consumo de alimentos, en especial en Europa, como la encefalopatía espongiiforme bovina (EEB), conocida vulgarmente como *enfermedad de las vacas locas*, registrada a mediados de los años '90 y que se transmitió a los seres humanos a través del consumo de partes de

animales infectados, o diversos episodios de contaminación con *Salmonella* de huevos y carne aviar en distintos contextos geográficos (Contreras Hernández, 2005; Díaz Méndez y Gómez Benito, 2005). Cuestiones que necesariamente involucran el accionar del Estado, a partir del funcionamiento de las diversas instancias de regulación y control en materia alimentaria que son de su competencia específica pero cuya objeción parecen ser asumidas por el accionar de los grupos y movimientos sociales que cuestionan dichas formas de producción, e incrementan la percepción de vulnerabilidad de la población frente a alimentos que pueden resultar nocivos para la salud.

En consecuencia, la desconfianza en los sistemas convencionales parece estar traccionando hacia formas de producción, distribución y consumo que se consideran más saludables, situación que ha despertado también el interés de las grandes empresas productoras de alimentos (Naishtat, 2020). De allí que, la necesidad de afianzar la confianza en dichas modalidades más heterogéneas del consumo asoma como un elemento clave al que debe prestarse la mayor atención y dentro del cual, como se ampliará más adelante, la disponibilidad de información por parte de los consumidores ocupa un lugar destacado.

La conceptualización del fenómeno de la confianza ha sido de gran interés para las ciencias sociales y humanas. De allí la existencia en la literatura de múltiples abordajes del término *confianza*, en función de las especificidades disciplinarias y de los referentes teórico-epistemológicos existentes hacia el interior de cada una de ellas. Asociada, en la filosofía, con la idea del bien (expectativa de buena voluntad, acción positiva y justa), o desde el juego de las relaciones interpersonales en las distintas ciencias sociales, sin pretender aquí un exhaustivo recorrido conceptual, mencionaremos sólo algunas cuestiones que hacen al planteo específico que nos interesa desarrollar en este artículo.

Desde una perspectiva sociológica, Diego Gambetta (2000) define a la confianza como

Un nivel específico de la probabilidad subjetiva por medio de la cual un agente evalúa que otro agente u otro grupo de agentes llevará a cabo una acción en particular, teniendo en cuenta que él puede monitorear el desempeño previo de dicho accionar y en un contexto en el cual se ve afectada su propia acción (p. 216).

La confianza descansa sobre la creencia de una parte en otras respecto de un comportamiento predecible y se basa en una relación circular entre el riesgo y la acción (Luhmann, 2000). Su abordaje

implica superar ciertas dicotomías entre lo normativo o intersubjetivo y lo cognitivo o psicológico tratándose de un concepto (...) “funcional, multidimensional, reflexivo y que opera en la complejidad” (Maríñez Sánchez, 2012, p.171).

Pucci *et al* (2005) destacan que la confianza no tiene lugar ni cuando hay un pleno o al menos elevado conocimiento ni cuando hay una incertidumbre tan radical que se carece totalmente de información o datos, existiendo un vínculo entre la confianza, la comunicación y la información. De esta manera, para estos autores un adecuado mecanismo de comunicación puede surgir como el resultado de la existencia de confianza entre los agentes o, viceversa, la existencia de una buena comunicación entre los agentes brinda elementos para la confianza mutua; por el contrario, una ausencia de confianza lleva implícito el debilitamiento de la comunicación y de la cooperación (Pucci *et al*, 2005).

De allí, entonces, la necesidad de conceptualizar el fenómeno comunicacional dejando, en todo caso, el desarrollo de cuestiones operativas para el siguiente apartado. Explicitación que responde al rol que esta temática juega en el encuadre conceptual presentado, pero también a los factores que inciden en ella. Interesa destacar, en primer lugar, que la revolución en las tecnologías de la información y comunicación (TIC) constituye la base, junto con la robótica y la biotecnología, de un nuevo paradigma tecno-económico que ha modificado en las últimas décadas nuestro “estar” en el mundo. En segundo lugar, y en línea con los desafíos que tales transformaciones le presentan a la investigación en el campo social, hay que mencionar las crisis de los paradigmas clásicos en las ciencias de la comunicación, que planteaban una visión instrumental y pragmática oscureciendo la riqueza del proceso comunicativo. Desde una postura superadora definimos brevemente que el fenómeno comunicacional remite a

prácticas sociales en la que intervienen actores diversos poniendo en juego sus saberes, intereses y poderes, generando formas de interacción que adquieren significación y que provocan consecuencias sociales, económicas, culturales y políticas, configurando los procesos históricos (Uranga, 2014, p.6).

Es decir, se afirma la coexistencia de producción de significados y de disputa de sentidos siendo un componente esencial de la acción política contemporánea, entendida esta no en su aspecto restringido (acción político-partidaria) sino desde la perspectiva de la construcción de la ciudadanía.

#### **4. La confianza en los alimentos saludables: sobre paradojas y techos transparentes que afectan su construcción**

Desde nuestra perspectiva, el afianzamiento de la confianza que se requiere para lograr un mayor desarrollo de los mercados de estos productos enfrenta una paradoja: una parte significativa de las formas de generar esa confianza en los consumidores de alimentos encuentra limitaciones para manifestarse de manera adecuada, tanto en un ámbito más general (Luhmann, 2000; Giddens, 1993; Gambetta, 2000; Pucci *et al*, 2005) como en el específico ámbito alimentario (Tonkin *et al*, 2015; Wilson *et al*, 2016) y más focalizadamente en el universo de los alimentos considerados como saludables (Dixon y Banwell, 2004). De esta manera, es posible postular la tesis que la confianza en este tipo de alimentos termina encontrando un *techo de cristal* que acota su capacidad de adopción por parte de los consumidores ¿Por qué nos referimos a un *techo de cristal*? Porque resulta invisible a simple vista, pero al chocarnos con él nos damos cuenta de su existencia. Aunque a veces se utiliza para las minorías raciales, tomamos esta analogía de los estudios de género, en donde se hace referencia con ese término a la restricción que enfrentan las mujeres para acceder a los puestos más altos de la jerarquía de las organizaciones y para percibir, a igualdad de capacidades y cargos ocupados, el mismo salario que el que recibe un hombre (Martínez Ayuso, 2015).

Se trata entonces de desplegar aquí las limitaciones enunciadas poniendo en tensión aquellos factores que consideramos clave en la construcción de la confianza, en un recorrido que necesariamente incluye los problemas que se verifican en diversos ámbitos, como el de la información y la comunicación, el de la gobernanza del sistema alimentario con sus mecanismos regulatorios, y el de algunos tópicos de carácter científico-técnico relacionados con estos productos, los que serán analizados a continuación. Más allá de la importancia específica que presenta cada una de ellos, creemos que por la complejidad ya enunciada se requiere una mirada holística a los efectos de configurar la idea del *techo* anteriormente expuesta.

##### *4.1 Limitaciones en la información y en la comunicación. El tema del etiquetado*

Los factores que inciden en la elección de alimentos por parte de los consumidores están influenciados por distintas cuestiones que incluyen tradiciones culinarias, valores, sentidos y simbolismos que portan los agentes sociales y los contextos en los que ellos actúan y,

particularmente, la información que circula a través de los medios masivos de comunicación (Lema *et al*, 2010). Dentro de este último campo, la existencia de asimetrías en materia de información entre consumidores, instancias públicas reguladoras, científicos y productores actúa como un inhibidor para la generación de confianza entre las partes (Kolodinsky, 2012; Dixon y Banwell, 2004), así como la provisión de información confusa acerca de las características de los productos (González Vaqué, 2018). Ciertamente, la simetría, así como la reciprocidad y la sinceridad, constituyen los principios básicos para establecer relaciones *virtuosas*.

A su vez, la diversidad y variedad de formatos y canales en que se presenta la información nutricional en los diferentes alimentos, y las múltiples fuentes que la originan (Todt y González, 2007; Wall y Chen, 2018), permiten que el consumidor acceda a más información aunque ella no siempre resulta fácil de interpretar y muchas veces se torna dificultoso hacer una comparación útil. Respecto de las fuentes, hay que tener en cuenta que, en materia de consumo saludable, más allá de la provisión de información por parte de la empresa elaboradora de un determinado producto encontramos la que es originada y difundida por las organizaciones de la sociedad civil promotoras del consumo de determinados alimentos. Uno ejemplo de ello es la difusión de los beneficios del consumo de las frutas y hortalizas encarado por el *Programa 5 al Día*, que promueve la ingesta diaria de 5 porciones de estos alimentos (Winograd, 2006). Asimismo, la que se origina en ámbitos académicos y científicos, transmitida por profesionales, especialistas y periodistas especializados en materia de salud y nutrición con gran exposición mediática (Cattaneo *et al*, 2020), los cuales se posicionan para definir lo saludable desde el discurso médico-nutricional. En los últimos años ha adquirido, además, significativa importancia la transmisión de las experiencias de los propios consumidores y de distintos profesionales, sobre este tipo de productos, a través de redes sociales como Facebook, Twitter, Instagram y YouTube (Wall y Chen, 2018), las que se constituyen como nuevas formas de creación y difusión de contenidos de consolidada presencia y extendido alcance.

El insuficiente desarrollo de formas de comunicación que permitan que el consumidor cuente con la información apropiada en el momento de la compra del alimento opera también de manera negativa (Kolodinsky, 2012; Tonkin *et al*, 2015). La presencia de vínculos comerciales recientes, y pocos desarrollados aún, entre consumidores y productores directos –en virtud del carácter novedoso que tienen muchos de los productos en cuestión– actúa limitando las posibilidades de consolidar la denominada *confianza interrelacional* (Gambetta,

2000; Pucci *et al*, 2005), teniendo en cuenta, también, que esta se va construyendo de manera incremental y acumulativa a lo largo del tiempo. Asimismo y como señalan Santeramo *et al* (2017) en el desarrollo de nuevos alimentos funcionales por parte de las empresas se presta más atención a la factibilidad técnica para su elaboración que a la potencial aceptación que pueda tener de parte de los potenciales consumidores, siendo esta una de las causas que los autores atribuyen para explicar su escasa penetración en el mercado y la posterior decisión de discontinuar su producción

El etiquetado de alimentos, y sus alcances y límites, como fuente de información confiable para el consumidor (Tonkin *et al*, 2015; Kolodinsky, 2012; Zepeda *et al*, 2013; Wall y Chen, 2018) constituye otro de los elementos a destacar. Habitualmente, la etiqueta de un alimento incluye información relacionada con el producto, elementos inductores de la compra, aspectos vinculados con la nutrición (como la tabla de nutrientes), datos sobre almacenaje y conservación del alimento, sobre la procedencia y el origen y en algunos casos aspectos vinculados a la producción y el consumo sustentable, resultando esto último particularmente relevante en los productos orgánicos, en los alimentos funcionales, y en aquellos en los cuales se mide su huella hídrica, su huella de carbono, etc. vinculados con el cuidado del medio ambiente en su producción.

En materia de publicidad y etiquetas en el caso de la Argentina, los datos de la ya mencionada ENNyS2 nos muestran que:

- el 21,5% de los adultos responsables de niños y niñas de entre 2 y 12 años declaró que compró, al menos una vez en la última semana, algún alimento y/o bebida porque el niño lo vio en una publicidad;
- el 23,5% de la población de 13 años y más declaró que compró algún alimento y/o bebida en la última semana porque lo vio en una publicidad;
- con relación a la lectura del etiquetado nutricional de productos envasados al momento de la compra, 3 de cada 10 individuos de 13 años y más declararon que en general leen la tabla de composición nutricional del envase de los productos que compran (Ministerio de Salud y Desarrollo Social, 2019).

Estos resultados corroboran la influencia en el comportamiento de compra que tiene la publicidad de los alimentos y su efecto sobre los niños. En cuanto al etiquetado,

Solo un tercio de la población lee las etiquetas, y de ellos solo la mitad las entiende, lo cual implica que menos del

15% de la población estaría comprendiendo la información nutricional del envase. Esto demuestra que el sistema de información nutricional vigente en nuestro país no funciona adecuadamente para informar a la mayoría de los consumidores, siendo consistente con la evidencia internacional” y que “la población con menor nivel educativo e ingresos más bajos, lee aún menos las etiquetas de los productos, evidenciándose que los sistemas complejos de información nutricional vigentes son menos accesibles para la población en situación de mayor vulnerabilidad (Ministerio de Salud y Desarrollo Social, 2019, p. 14)

Esto pone de manifiesto que existe en nuestro país un déficit en la materia que no ha sido aun resuelto: la falta de acuerdos y la oposición de determinados sectores de la industria alimentaria ha venido retrasando la implementación de un sistema de etiquetado que indique al consumidor el contenido excesivo de nutrientes críticos en los alimentos de forma clara y explícita (Britos *et al*, 2018; Secretaría de Gobierno de Salud, 2019), si bien en los últimos meses se han dado pasos importantes en el ámbito parlamentario para contar a la brevedad con una Ley de Etiquetado de Alimentos (Krochik, 2021; Chaina, 2020). Esta situación contrasta con la de otros países de América Latina; en Chile, por ejemplo, entró en vigencia en el año 2016 la Ley N°20.606 que establece un sistema de etiquetado frontal, que consiste en un octógono negro que opera como un mecanismo de advertencia simple utilizando la frase *Altos en* -grasas, grasas saturadas, azúcares y sodio- y que alerta sobre el riesgo potencial del consumo de estos productos (Ministerio de Salud-Gobierno de Chile, 2019 Cobo, 2018).

En su interacción con la información presente en la etiqueta, los consumidores deben interpretar múltiples mensajes provenientes de distintas fuentes que van más allá del productor mismo, al servir también de alguna manera como vehículo de expresión de las normas y del marco regulatorio vigente para su comercialización (Tonkin *et al*, 2015). Se han verificado casos donde, en función del marco regulatorio que establece la obligación del etiquetado con advertencias, tal prescripción ha servido de estímulo para que las empresas modifiquen la composición de los productos que ofrecen al mercado reduciendo el porcentaje de los componentes críticos para estar por debajo de los límites que obligan a la colocación de la etiqueta. Un ejemplo al respecto lo tenemos en México con la leche Liconsa, que cambió su fórmula para pasar de tener 15 gramos de grasa por litro a menos de 8 gramos (INFOBAE, 2020).

Si bien ejemplos como el mencionado son auspiciosos, la cuestión del etiquetado no parece resolver la problemática aquí planteada ya que en muchos casos se termina asistiendo a un *paisaje de las etiquetas* que genera confusión, en la medida en que tiende a ser cada vez más complicado para cumplimentar por la industria alimentaria, más dificultoso para interpretarlo por parte de los consumidores y más complejo de regular por las autoridades competentes (Kolodinsky, 2012).

En tanto aspecto posicionado en la interfase existente entre el punto de compra del consumidor y la regulación y el funcionamiento del mercado (Kolodinsky, 2012), la etiqueta de los alimentos juega sin duda un rol importante como elemento para la construcción de la confianza existente entre el consumidor y el fabricante de ese producto al momento de su adquisición. Pero es solo una parte de un conjunto más amplio de aspectos que se debe considerar cuando hablamos de confianza y que comprende cuestiones relacionadas con la cadena de valor del alimento con los antecedentes de la empresa y de la marca, con las normas y los marcos regulatorios, etc. De esta manera, el vínculo que podamos encontrar entre la información de la etiqueta y esos otros aspectos puede adoptar múltiples formas y esquemas que resultará necesario estudiar y analizar para poder evaluar en qué medida se verifica (o no) la existencia de esa confianza entre el consumidor con los distintos eslabones de la cadena de valor de un producto y también con las estructuras y mecanismos encargados de su regulación (Allemandi *et al*, 2018).

La importancia de la temática revela la necesidad de contar con pormenorizados análisis sobre la relación existente entre el etiquetado de alimentos y la confianza de los consumidores, tratando de determinar, qué se conoce y qué se desconoce de ese vínculo, a efectos de detectar la presencia de esas brechas que reflejan de alguna manera un determinado nivel de desconfianza en la etiqueta. En este sentido, Tonkin *et al* (2015) realizaron un trabajo en el que distinguen, por una parte, a la confianza en la etiqueta de un alimento en sí misma (*in food labelling*), sirviendo en este caso como medio de transmisión de la confianza hacia ese producto y, por otra parte, a la confianza del consumidor en el sistema alimentario que se refleja a través de la etiqueta del alimento (*through food labelling*) operando aquí como un vehículo de transmisión de la confianza desde el consumidor hacia el elaborador del producto en cuestión. La investigación citada concluye en la necesidad de contar con más y mejores estudios de carácter empírico para alcanzar una comprensión más acabada de la influencia que tiene la etiqueta de un alimento en la confianza del consumidor hacia los distintos componentes del sistema alimentario.

#### 4.2 Limitaciones en los mecanismos para transmitir confianza a los consumidores: la importancia de los “intangibles”

Algunos estudios verifican que las compras frecuentes de un determinado producto implican mayores interacciones y experiencias con las etiquetas, observando un mayor grado de confianza cuanto más extendido en el tiempo sea ese comportamiento. Los resultados obtenidos en una investigación por encuesta, realizada a 375 consumidores en Francia, Canadá, España y Estados Unidos, concluyen que no basta sólo con presentar información adecuada en la etiqueta, ni en confiar en el prestigio y la credibilidad de la marca, para obtener las preferencias del público. Sí parece jugar un rol importante como vehículo para transmitir confianza en aspectos que son intangibles para el consumidor, particularmente con relación a los sistemas de producción, a los cuales éste no puede acceder en la mayor parte de los casos (Zepeda *et al*, 2013). La situación no es novedosa, sucede en tanto los consumidores urbanos no adquieren los productos en las fincas donde se producen, de allí la necesidad de un sistema regulatorio que garantice su inocuidad, entre otros aspectos. Pero lo que en este caso está dispuesto a adquirir y *no ve* va más allá del aspecto sanitario del producto, se convierte en un *intangible valioso* para ese consumidor, que se muestra proclive incluso a pagar un precio mayor al de su equivalente convencional, necesitando para ello contar con una mayor confianza en el momento de su adquisición.

En este sentido, nos encontramos todavía con la subsistencia de limitaciones importantes para poder validar de manera adecuada las características de un producto y, por ende, de un proceso productivo que se revela como más favorable para la salud de los consumidores. Argentina cuenta desde el año 1999 con un proceso de certificación para los alimentos orgánicos que está establecido por la Ley No. 25.127. Esta norma establece que para ser considerado orgánico, un productor debe probar que no usó ni agroquímicos ni transgénicos durante un lapso de tres años, siendo las empresas certificadoras las encargadas de llevar adelante el proceso de control en las fincas que permite garantizar la condición de *orgánico* de un producto y el Servicio Nacional de Sanidad y Calidad Agroalimentaria (SENASA) la Autoridad de Aplicación.

Pero no se cuenta aún con una normativa de similares características para el caso de los productos artesanales (Ríos, 2020) y de la agroecología (Longoni, 2020), más allá de que hayan aparecido en los últimos años iniciativas auspiciosas que procuran solucionar este déficit. Un ejemplo de ellas es el Sistema Participativo de Garantías,

puesto en práctica por la Facultad de Agronomía de la Universidad de Buenos Aires a través de la Res. CD No.5467/17. Se trata de un sistema que involucra la participación de docentes de once cátedras y de estudiantes de distintas carreras quienes conforman equipos de trabajo que visitan las quintas que producen hortalizas en el Área Metropolitana de Buenos Aires (AMBA), analizan sus procesos productivos, y otorgan un aval de *producción agroecológica* a dichos establecimientos (Tamashiro, 2020). También cabe destacar que en el año 2020 se creó la Dirección Nacional de Agroecología, dependiente de la Secretaría de Alimentos, Bioeconomía y Desarrollo Regional en el ámbito del Ministerio de Agricultura, Ganadería y Pesca de la Nación y que la provincia de Buenos Aires dispuso, a través de la Resolución MDAGP 78/20, la implementación del Registro de Productores/as Agroecológicos de dicha jurisdicción. Pero el alcance de estas iniciativas todavía es incipiente, teniendo en cuenta que el universo de productores alcanzados es aún bajo, y que subsisten algunos déficits en materia normativa que dificultan su implementación a una mayor escala (Longoni, 2020).

#### *4.3 La educación nutricional y los aspectos científico-técnicos*

Resulta importante también el papel que juega la *educación nutricional* que poseen los adquirentes del producto como vehículo para afianzar esa confianza. En este sentido, no parecen ser suficientes y adecuadas las acciones que las empresas están haciendo para procurar que el consumidor tenga los conocimientos apropiados para interpretar con claridad y confiar en los contenidos de las etiquetas. Una demanda que tampoco es ajena a los organismos públicos, que deben encargarse de desarrollar más y mejores campañas de concientización sobre el consumo de alimentos saludables (Díaz-Méndez y Lozano-Cabedo, 2020).

Esto cobra particular relevancia en los llamados *alimentos funcionales* que son aquellos que, más allá de su condición de alimento, aportan beneficios adicionales para la salud del ser humano (Todt y Luján, 2016; Perales-Albert *et al*, 2013), en virtud de que poseen propiedades que impactan favorablemente sobre las funciones del organismo de una forma que es relevante para la mejora del estado de la salud y/o reducción del riesgo de la enfermedad (Rodríguez Arbelo, 2018). Algunos ejemplos son los alimentos naturales que contienen ciertos minerales, vitaminas, ácidos grasos, fitoesteroles, fibra, antioxidantes, los alimentos modificados y enriquecidos en este tipo de sustancias y los probióticos como el yogur, que poseen bacterias vivas de efectos beneficiosos para la salud. En este tipo de alimentos, un

insuficiente desarrollo del vínculo ciencia-gestión-divulgación dificulta un mejor conocimiento de sus características nutricionales y de su impacto en la salud (Perales-Albert al, 2013) y termina operando negativamente sobre la construcción de confianza.

Como señalan Díaz-Méndez y Lozano-Cabedo (2020), el rol de los científicos es fundamental para la construcción de puentes mediáticos con otros actores de la sociedad en pos de avanzar hacia una dieta más sustentable. Más aún en un escenario como el de la Argentina donde las instituciones educativas y las del campo científico-profesional gozan de una mayor legitimidad respecto de otras instituciones que regulan la vida en comunidad. La búsqueda de mejores formas para comunicar al público las evidencias científicas sobre el valor nutritivo de los alimentos y sus propiedades debe también profundizarse por parte de los investigadores. Estos parecen ser más eficientes en la tarea, propia del campo científico, de presentar los resultados de sus investigaciones ante sus pares (tarea de poner a discusión la pertinencia académica de los estudios y su aporte al área de conocimiento de pertenencia) que en transmitirlos al público en general (Wall y Chen, 2018).

La creciente exposición en los medios de los alcances o las limitaciones de un determinado producto “saludable” contribuye a configurar un panorama complejo, en donde los valores difundidos por el “saber médico-nutricional” terminan siendo interiorizados por la población en forma de normas dietéticas confusas (Gracia Arnáiz, 2005) y en el que la determinación sobre cuáles alimentos son “buenos para la salud” termina dependiendo de “un complejo proceso de toma de decisiones respecto de políticas públicas, estándares, evidencia científica, métodos y, finalmente de decisiones reguladoras” (Todt y Luján, 2016, p. 397).

#### *4.4 Desafíos para los organismos reguladores en materia alimentaria*

Las regulaciones en materia de seguridad alimentaria (normativas e instancias encargadas de su implementación) asumen en la actualidad un desafío particular al abordar el tema de los alimentos saludables y funcionales. Esto es así, por la necesidad de incorporar nuevas perspectivas de análisis, para la toma de decisiones, y de nuevas formas de comunicación sobre decisiones y resultados, a efectos de que el consumidor pueda disponer de información precisa y correcta en el momento de su adquisición.

En Argentina, el Código Alimentario Argentino (CAA) es el instrumento determinado por la Ley No. 18.284, sancionada en el año 1969, que establece las disposiciones higiénico-sanitarias,

bromatológicas y de identificación comercial que deben cumplir los productores y elaboradores de alimentos. Su objetivo principal es la protección de la salud de la población. Se trata de un reglamento técnico en constante actualización que consta de 22 capítulos, entre los cuales el No. 17 hace referencia a los denominados *Alimentos de Régimen o Dietéticos*.

Existe, también, un Sistema Nacional de Control de Alimentos de Argentina (SNCA) que se estableció con el objetivo de “asegurar el fiel cumplimiento del Código Alimentario Argentino (CAA)” (Decreto 815/1999). Este decreto determina que los dos organismos nacionales con competencia en el tema son la Administración Nacional de Medicamentos, Alimentos y Tecnológica Médica (ANMAT), del cual depende el Instituto Nacional de Alimentos (INAL) y el Servicio Nacional de Sanidad y Calidad Agroalimentaria (SENASA)<sup>3</sup>. A su vez, creó la Comisión Nacional de Alimentos (CONAL), una de cuyas funciones es proponer la actualización del CAA recomendando las modificaciones que se necesiten introducir para su permanente adecuación a los adelantos que se produzcan en la materia, tomando como referencia las normas internacionales y los acuerdos celebrados en el ámbito del MERCOSUR.

En el ámbito provincial, la competencia para controlar el cumplimiento del CAA recae en los gobiernos provinciales, que cuentan con dependencias administrativas que se encargan del control bromatológico de los alimentos, en articulación con las instancias municipales. Cabe destacar también que en la órbita del INAL funciona el Sistema de Información Federal para la Gestión del Control de los Alimentos (SIFeGA), una **plataforma digital** creada para fortalecer el control de los alimentos y proveer un mejor servicio de información a la población. Es un **canal de comunicación** en línea entre el Instituto Nacional de Alimentos –INAL-, las autoridades sanitarias jurisdiccionales, el sector industrial y los consumidores.

Desde una visión retrospectiva, la información en materia alimentaria que las normativas han ido requiriendo a lo largo del tiempo (tanto en el espacio internacional como en el caso argentino) ha venido poniendo énfasis en la *seguridad alimentaria*, haciendo eje en la composición, origen, procesamiento, calidad, distribución, aspectos logísticos, acceso y, particularmente, en la inocuidad de los alimentos: se perseguía la finalidad que el alimento no provocara daños a la salud por problemas de composición, conservación o manipulación. En

---

<sup>3</sup> El ANMAT y consecuentemente el INAL dependen del Ministerio de Salud mientras que el SENASA es un organismo descentralizado del Ministerio de Agricultura Ganadería y Pesca.

forma más reciente, adquiere relevancia la tendencia a la medicalización alimentaria, la cual,

Promueve el ejercicio responsable de un saber-cuidarse atravesado por discursos biológicos y biomédicos orientados a la acumulación de más y mejor capital-salud y constituye una tecnología de gobierno que actúa en el presente para hacer probable un desempeño futuro óptimo en términos de salud y rendimiento vital (Rodríguez Zoya, 2015, p. 205).

Para esta autora, el concepto articula dos procesos complementarios: la medicalización de la alimentación y la *medicamentización* de los alimentos. El primero apunta a la medicalización de la práctica del comer y el segundo consiste en que los alimentos son concebidos, promovidos o administrados como medios para la optimización de diversas funciones orgánicas, tal como si fueran medicamentos.

También cobra mayor relevancia el derecho a la información alimentaria, un espacio de confluencia entre el Derecho a la Alimentación, el Derecho a la Información y el Derecho de los Consumidores, que goza ya de un pleno reconocimiento en tratados y convenciones internacionales, como el Pacto Internacional de los Derechos Económicos, Sociales y Culturales (PIDESC), que fuera ratificado por el gobierno argentino en el año 1986, mediante la ley No. 23.313 (Cattaneo *et al*, 2020). Debemos hacer mención también a la importancia de la comunicación de riesgos alimentarios por parte de las instancias públicas, de la información para la prevención de problemas relacionados con la alimentación (como la obesidad), la necesidad de incluir la información alimentaria en las políticas y programas de educación para la salud y la de conocer con mayor precisión qué comemos para poder concretar una dieta sana y equilibrada.

Actualmente, que el alimento sea *seguro* sigue siendo prioritario en materia del accionar de los organismos de control, pero la responsabilidad primaria de las empresas productoras y de las instancias reguladoras no se reduce a que los productos no sean *dañinos per se*, sino que, como sostienen Baladía *et al* (2013), la información que se proporciona sobre este tipo de productos no debe generar falsas expectativas con relación a mejoras en la salud en casos de consumirlo, debiendo ser verdadera, comprensible para el destinatario, y veraz (que no lleve a engaño), debiéndose evitar el fraude. Si bien, como sostienen estos autores, su presencia en cuestiones tangibles resulta fácilmente identificable por parte de la mayoría de

consumidores, como por ejemplo la diferencia entre el aspecto de los alimentos en las fotografías de los envoltorios o en la publicidad y el aspecto real de dichos alimentos cuando llegan al consumidor, no sucede lo mismo con el fraude en cuestiones menos tangibles, como es por ejemplo la difusión de pretendidas propiedades saludables en los alimentos (Baladía *et al*, 2013).

Este nuevo contexto está trayendo aparejado la necesidad de un cambio en las exigencias legales para las empresas productoras de alimentos, de modo que aquél que quiera declarar que su producto tiene efectos beneficiosos sobre la salud debería estar en condiciones de poder demostrarlo de manera fehaciente, a efectos de facilitarle al consumidor la evaluación de cuán saludables son los alimentos y promoviendo la selección de aquellos con mejor calidad nutricional (FICA, 2019).

En el caso de la Unión Europea, el Reglamento CE No. 1924/2006 es el instrumento que establece las reglas básicas para la utilización de las declaraciones nutricionales y de propiedades saludables. Entre sus objetivos está el de facilitar que éstos elijan entre los diferentes alimentos en función, entre otros factores, de la información que en materia de aspectos nutricionales y de salud se brindan acerca de ellos. Para ello, fija los procedimientos de autorización necesarios para garantizar que las declaraciones que figuran en el etiquetado, la presentación o la publicidad de los alimentos sean claras, precisas y se fundamenten en pruebas aceptadas por la comunidad científica, y establece los perfiles nutricionales específicos, incluidas las exenciones, que deben cumplir los alimentos o determinadas categorías de alimentos para que puedan efectuarse declaraciones nutricionales o de propiedades saludables, así como las condiciones de su utilización respecto de los perfiles nutricionales. De esta manera, se pretende impedir que se atribuyan propiedades nutritivas y saludables a los alimentos sin razón o sin que exista suficiente evidencia científica. Para ello, establece 3 tipos de Declaraciones:

- De contenido o nutricionales: se trata de cualquier declaración que afirme, sugiera o dé a entender que un alimento tiene propiedades nutricionales benéficas específicas con motivo del aporte energético (que proporciona o no) o de los nutrientes u otras sustancias (que contiene o no) o que aporta en grado reducido o aumentado, como por ejemplo “light” y “fuente de fibra”.
- De propiedades saludables: comprende cualquier declaración que afirme, sugiera o dé a entender que existe una relación entre

una categoría de alimentos, un alimento o uno de sus constituyentes, y la salud.

- De reducción del riesgo de enfermedad: refiere a cualquier declaración de propiedades saludables que afirme, sugiera o dé a entender que el consumo de una categoría de alimentos, un alimento o uno de sus constituyentes reduce significativamente un factor de riesgo de aparición de una enfermedad.

También se establece en esa norma que la utilización de declaraciones nutricionales y de propiedades saludables se otorgará siempre y cuando se haya demostrado científicamente un efecto beneficioso derivado de la presencia, ausencia, o contenido reducido de la sustancia sobre la que se hace la declaración; cuando esta esté presente en una cantidad significativa para producir el efecto beneficioso o cuando esté ausente o se ha reducido en una cantidad suficiente para justificar el efecto beneficioso. Asimismo, la información proporcionada no debe ser falsa, ambigua o engañosa, no debe alentar o aprobar el consumo excesivo de un alimento ni hacer alusiones al ritmo o la magnitud de la pérdida de peso y hacer referencia a recomendaciones de médicos individuales u otros profesionales de la salud, entre otras cuestiones (Reglamento CE No. 124/2006).

#### **4. Reflexiones Finales: algunos posibles caminos a recorrer hacia la superación de la paradoja**

Para superar los límites que hemos planteado en este diagnóstico respecto de la construcción de confianza en los alimentos saludables y en las nuevas formas diferenciadas de su producción, distribución y consumo, y según la figura del *techo de cristal* que postulamos, creemos que resulta necesario abordar el vínculo información-confianza, lo que implica trabajar para reducir la existencia de asimetrías de la información entre consumidores, organismos reguladores y productores, posibilitando el desarrollo de formas de comunicación eficaces que permitan que el consumidor cuente con la información apropiada en el momento de la decisión de compra del alimento (e incluso, de la adopción de todo un estilo de consumo) y para evitar la presencia de información científica confusa acerca de las características de los productos, entre otros aspectos.

Es indudable que, entre las posibles medidas que resulta necesario implementar, se destaca la necesidad de un mayor protagonismo del Estado para garantizar la divulgación de los contenidos nutricionales (HLPE, 2017) y sus implicancias en materia de salud para que los ciudadanos estén en plenas condiciones de ejercer

el derecho a la información en esta materia. Esto supone el imperativo de avanzar en una reestructuración y resignificación de los organismos de control del comercio de alimentos a efectos de hacer frente a los desafíos que plantean las nuevas modalidades de consumo y el peso creciente de los alimentos anteriormente mencionados. Hay que tener en cuenta que las características de los alimentos y del consumo saludable ponen en tensión a las instancias regulatorias en materia de producción y consumo en tanto que ellas presentan un diseño institucional que obedece cabalmente a los postulados clásicos -o *tipo ideal*- de la administración burocrática, mostrando limitaciones para abordar adecuadamente su gestión y para una aplicación más eficiente del principio precautorio en los casos en donde la evidencia científica no sea plena (Todt y González, 2007; Moreno Plata, 2011).

También resulta necesaria la profundización de los estudios que permitan determinar la actitud de los consumidores ante los alimentos funcionales (Santeramo *et al*, 2017). La necesidad de un adecuado funcionamiento de los mercados de productos alimentarios, como reaseguro de provisión de información confiable para el consumidor y un mayor desarrollo de los sistemas de trazabilidad de alimentos y de los mecanismos de facilitación, para que el público consumidor acceda a la información que los sustenta, constituyen también cuestiones a tener en cuenta, junto con la generación de las condiciones para que los ciudadanos puedan ejercer plenamente el derecho al acceso a este tipo de alimentos (Beekman, 2008; Cattaneo *et al*, 2020).

Todas estas medidas requieren sin duda de un mayor esfuerzo al realizado hasta ahora en nuestro país por parte de los productores y distribuidores de alimentos, de los organismos estatales encargados de su control, de las organizaciones que promueven y estimulan este tipo de consumos, de los representantes del sector científico-técnico y de los propios consumidores. Si tomamos en cuenta la tesis que sostienen Díaz-Méndez y Lozano-Cabedo (2020), cuando identifican a las relaciones conflictivas de los que conforman el sistema agroalimentario como una de las principales barreras para avanzar hacia un consumo más saludable, no caben dudas que todas las propuestas planteadas deberán estar acompañadas de una mayor articulación y colaboración entre todos esos actores sociales si se pretende avanzar de manera creciente y sostenida hacia el objetivo de promover y afianzar patrones de consumo alimentario más saludables que los que predominan actualmente en la población argentina.

## Referencias

- Academia Española de Nutrición y Dietética; Consejo General de Colegios Oficiales de Dietistas-Nutricionistas; REDNUBE (2020): *Recomendaciones de alimentación y nutrición para la población española ante la crisis sanitaria del COVID-19*. Documento de postura de la Academia Española de Nutrición y Dietética y del Consejo General de Colegios Oficiales de Dietistas-Nutricionistas. <https://academianutricionydietetica.org/NOTICIAS/alimentacioncoronavirus.pdf>
- Allemandi, L.; Tiscornia, M.V.; Castronuovo, L.; Guarnieri, L. (2018): “Etiquetado frontal de productos alimenticios en Argentina”. *Salud Colectiva*, 14 (3) 645-648, doi: 10.18294/sc.2018.2048.
- Baladía, E.; Basulto Marsset, J.; Manera, M. (2013): “Declaraciones nutricionales y de propiedades saludables aplicables a los productos de alimentación infantil en España y en la Unión Europea”. *Pediatría Atención Primaria*. 15:351-9. <http://dx.doi.org/10.4321/S1139-76322013000500016>.
- Beekman, V. (2008): “Consumer Rights to Informed Choice on the Food Market”. *Ethic Theory Moral Prac.* 11:61-72. doi 10.1007/s10677-007-9075-5.
- Britos, S.; Borg, A.; Guiraldes, C.; Brito, G. (2018): *Revisión sobre Etiquetado Frontal de Alimentos y Sistemas de Perfiles Nutricionales en el marco del diseño de Políticas Públicas*. Centro de Estudios sobre Políticas y Economía de la Alimentación, CEPEA, Buenos Aires. <https://cepea.com.ar/cepea/wp-content/uploads/2018/06/Revision-etiquetado-y-perfiles-junio-2018-versi%C3%B3n-final.pdf>
- Cattaneo, C.; Bocchicchio, A.M. (2019): “Dinámica socioorganizacional en el sistema agroalimentario”. *Revista Mexicana de Sociología*, 81, 1, 7-35. [http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0188-25032019000100007](http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0188-25032019000100007).
- Cattaneo, C.; Geldres Weiss, S.; Candelino, E. (2020): “Derecho a la información y consumo saludable: algunos elementos para el análisis de una relación compleja”. En: Durand, P. (Comp.): “*Aportes de los Objetivos de Desarrollo Sostenible para una Agricultura Sustentable en la Argentina: Una mirada Social desde la Universidad*”, 194-209. Editorial Facultad de Agronomía, Universidad de Buenos Aires, ISBN 978-987-3738-31-9.
- Chaina, P. (26 de octubre de 2020) “Avanza el proyecto de Ley de etiquetado de alimentos”. *Página 12*. <https://www.pagina12.com.ar/301736-avanza-el-proyecto-de-ley-de-etiquetado-de-alimentos>.
- Cobo, N. (2018): “Ley de rotulación de alimentos en Chile: ¿Traba comercial o protección de la salud?”. *Revista de Derecho Internacional*, 14-3, 260-275. doi: 10.5102/rdi.v14i3.5079 .
- Contreras Hernández, J. (2005): “La modernidad alimentaria: entre la abundancia y la inseguridad” *Revista Internacional de Sociología* 63, 40, 109-132.

- <https://revintsociologia.revistas.csic.es/index.php/revintsociologia/article/view/191>
- Decreto 815/1999: *Sistema Nacional de Control de Alimentos*.
- Díaz-Méndez, C.; Gómez Benito, C. (2005): “Sociología y alimentación”. *Revista Internacional de Sociología* 63 (40), 21-46. <https://revintsociologia.revistas.csic.es/index.php/revintsociologia/article/download/188/239>.
- Díaz-Méndez, C.; Lozano-Cabedo, C. (2020): “Food governance and healthy diet an analysis of the conflicting relationships among the actors of the agri-food system”. *Trends in Food Science & Technology*, 105, 449-453. <https://doi.org/10.1016/j.tifs.2019.08.025>.
- Dixon, J; Banwell, C. (2004): “Re-embedding trust: unravelling the construction of modern diets”. *Critical Public Health*, 14:2, 117-131, doi: 10.1080/09581590410001725364.
- FICA (2019): *Políticas para promover un etiquetado frontal en Argentina: avances y recomendaciones*. Documento informativo 07/2019. [https://www.ficargentina.org/wp-content/uploads/2018/09/policy\\_brief\\_etiquetado.pdf](https://www.ficargentina.org/wp-content/uploads/2018/09/policy_brief_etiquetado.pdf)
- Freidin, B. (2016): “Alimentación y riesgos para la salud: visiones sobre la alimentación saludable y prácticas alimentarias de mujeres y varones de clase media en el Área Metropolitana de Buenos Aires”. *Salud colectiva*. 12-4, 519-536 <http://dx.doi.org/10.18294/sc.2016.913>.
- Gambetta, D. (2000): “Can we Trust?” En: Gambetta, D. (Ed.): *Making and Breaking Cooperative Relations*, 213-237. <http://www.sociology.ox.ac.uk/papers/gambetta213-237.pdf>.
- Giddens, A. (1993): *Las consecuencias de la modernidad*. Alianza Universidad, España.
- Glaser, B. G. y Strauss, A. L. (1967): *The discovery of grounded theory: strategies for qualitative research*. Hawthorne, Nueva York. Aldine de Gruyter.
- González Vaqué, L. (2018): “Fake News in the food sector: consumer distrust and unfair competition”. *European Food and Feed Law* 5 411 - 420 [http://works.bepress.com/luis\\_gonzalez\\_vaque/266/](http://works.bepress.com/luis_gonzalez_vaque/266/)
- Gracia Arnáiz, M. (2005): “Maneras de comer hoy. Comprender la modernidad alimentaria desde y más allá de las normas”. *Revista Internacional de Sociología (RIS)* 63(40), 159-182. <https://doi.org/10.3989/ris.2005.i40.193>.
- Hieke, S.; Taylor, C. (2012): “A Critical Review of the Literature on Nutritional Labeling”. *The Journal of Consumer Affairs*,. Vol. 46, No. 1 (Spring 2012), 120-156. [https://www.researchgate.net/publication/254393347\\_A\\_Critical\\_Review\\_of\\_the\\_Literature\\_on\\_Nutritional\\_Labeling](https://www.researchgate.net/publication/254393347_A_Critical_Review_of_the_Literature_on_Nutritional_Labeling).
- HLPE (2017): *Nutrition and food systems. A report by the High Level Panel of Experts on Food Security and Nutrition of the Committee on World Food Security*. FAO, Roma. <http://www.fao.org/3/a-i7846e.pdf>

- INFOBAE (13 de febrero de 2020): *Liconsa cambiará la fórmula de su leche: busca evitar el nuevo etiquetado octagonal*.  
<https://www.infobae.com/america/mexico/2020/02/13/liconsa-cambiara-la-formula-de-su-leche-busca-evitar-el-nuevo-etiquetado-octagonal/>
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (2019): *4° Encuesta Nacional de Factores de Riesgo. Resultados definitivos*. - 1a ed. - Ciudad Autónoma de Buenos Aires- INDEC; Ciudad Autónoma de Buenos Aires : Secretaría de Gobierno de Salud de la Nación, Libro digital, PDF ISBN 978-950-896-554-7.  
[https://www.indec.gob.ar/ftp/cuadros/publicaciones/enfr\\_2018\\_resultados\\_definitivos.pdf](https://www.indec.gob.ar/ftp/cuadros/publicaciones/enfr_2018_resultados_definitivos.pdf)
- Kolodinsky, J. (2012): “Persistence of Health Labelling Information Asymmetry in the United States: Historical Perspectives and Twenty-First Century Realities”. *Journal of Macromarketing*, 32(2) 193-207.  
<https://doi.org/10.1177/0276146711434829>
- Krochik, A. (1 de agosto de 2021): “Etiquetado frontal: la Argentina y una oportunidad histórica”. *La Nación*,  
<https://www.lanacion.com.ar/opinion/etiquetado-frontal-la-argentina-y-una-posibilidad-historica-nid01082021/>
- Lema, S.; Vazquez, N.; Antun, C.; Giai, M.; Graciano, A.; Frag., C.; Langer, V.; Paiva, M.; Longo, E. (2010): “Factores que inciden en la compra de alimentos en distintos ámbitos de comercialización y su relación con la implementación de Educación Alimentaria Nutricional (EAN)”. *DIAETA*, 2010, 28 (133), 32-37.  
[https://www.researchgate.net/publication/262543774\\_Factores\\_que\\_inciden\\_en\\_la\\_compra\\_de\\_alimentos\\_en\\_distintos\\_ambitos\\_de\\_comercializacion\\_y\\_su\\_relacion\\_con\\_la\\_implementacion\\_de\\_Educacion\\_Alimentaria\\_Nutricional\\_EAN](https://www.researchgate.net/publication/262543774_Factores_que_inciden_en_la_compra_de_alimentos_en_distintos_ambitos_de_comercializacion_y_su_relacion_con_la_implementacion_de_Educacion_Alimentaria_Nutricional_EAN).
- Longoni, M. (2020): “El lado B de las noticias de agro: Por ahora solo hay intentos para “certificar” cuando un producto es “agroecológico”. *Bichos de campo*, 20/09/20.  
<https://bichosdecampo.com/el-lado-b-de-las-noticias-de-agro-por-ahora-solo-hay-intentos-para-certificar-cuando-un-producto-es-agroecologico/>.
- Luhmann, N. (2000): “Familiarity, Confidence, Trust: Problems and Alternatives” En: Gambetta, d. (Ed.): *Trust: Making and Breaking Cooperative Relations*, Edición Electrónica, Departamento de Sociología, Universidad de Oxford, Reino Unido, 94-107.  
<http://www.sociology.ox.ac.uk/papers/luhmann94-107>.
- Maríñez Sánchez, C.D. (2012): “La confianza: aproximaciones teóricas y propuesta sistémica para su abordaje en las ciencias sociales”. *Século XXI – Revista de Ciências Sociais*, Vol. 2, n°1, 168-199.  
<http://dx.doi.org/10.5902/6388>.
- Martínez Ayuso, V. (2015): *Causas del techo de cristal: Un estudio aplicado a las empresas del IBEX 35* (Tesis doctoral) Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales, Universidad Nacional de Educación a Distancia (UNED), Madrid (España). <http://e-spacio.uned.es/fez/view/tesisuned:CiencEcoEmp-Vmartinez>.
- Ministerio de Salud y Desarrollo Social (2019): *2da. Encuesta Nacional de Nutrición y Salud. Resumen Ejecutivo*.

- [https://bancos.salud.gov.ar/sites/default/files/2020-01/encuesta-nac-nutricion-salud\\_resumen-ejecutivo.pdf](https://bancos.salud.gov.ar/sites/default/files/2020-01/encuesta-nac-nutricion-salud_resumen-ejecutivo.pdf).
- Ministerio de Salud-Gobierno de Chile (2019): *Evaluación Ley de Alimentos No. 20606*. Santiago de Chile, Chile. [https://www.minsal.cl/wp-content/uploads/2019/08/EVALUACION-LEY-DE-ALIMENTOS\\_julio-2019\\_02.pdf](https://www.minsal.cl/wp-content/uploads/2019/08/EVALUACION-LEY-DE-ALIMENTOS_julio-2019_02.pdf).
- Moreno Plata, M. (2011): “El agotamiento del paradigma burocrático ante el riesgo ambiental contemporáneo”. *Política y Cultura*, 36, 127-155. <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=26721226006>
- Naishtat, S. (31 de octubre de 2020): “Ni carnívoros, ni vegetarianos, flexitarianos”. *Clarín*, [https://www.clarin.com/economia/carnivoros-vegetarianos-flexitarianos\\_0\\_81trrejt.html](https://www.clarin.com/economia/carnivoros-vegetarianos-flexitarianos_0_81trrejt.html).
- Perales-Albert, A.; Bernacer Martínez, R.; García Gómez, J.; Alvarez Dardert, C.; Oriz Moncada, R. (2013): “Actualizaciones sobre declaraciones nutricionales y de propiedades saludables”. *Revista Española de Nutrición Humana y Dietética*, 17(4), 179-186. <http://renhyd.org/index.php/renhyd/article/view/45>.
- Pucci, F.; Levín, L.; Trajtemberg, N.; Bianchi, C. (2005): “Confianza, instituciones y organización del trabajo”. En: Mazzei, E. (Comp.): *El Uruguay desde la Sociología IV*. Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de la República, Montevideo (Uruguay), 199-220. <https://www.colibri.udelar.edu.uy/jspui/bitstream/20.500.12008/7596/1/El%20Uruguay%20desde%20la%20Sociologia%2004.pdf>
- Reglamento (CE) No. 124/2006 del Parlamento Europeo y del Consejo del 20 de diciembre de 2006 relativo a las declaraciones nutricionales y de propiedades saludables en los alimentos. <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/PDF/?uri=CELEX:32006R0124&from=SK>.
- Ríos, S. (11 de marzo de 2020): “Productos artesanales: dilemas de una moda global”. *La Nación*. <http://www.lanacion.com.ar/1992141-productos-artesanales-dilemas-de-una-moda-global>
- Rodríguez Arbelo, P. (2018): *Declaraciones nutricionales de salud y de disminución de riesgo de enfermedades en el etiquetado de los alimentos*. Trabajo de fin de Grado, Facultad de Farmacia, Universidad Complutense, Madrid, España. <http://147.96.70.122/Web/TFG/TFG/Memoria/PATRICIA%20RODRIGUEZ%20ARBELO.pdf>.
- Rodríguez Zoya, P. (2015): “Alimentación y medicalización: Análisis de un dispositivo de cuidado personal y potenciación de la salud”. *Sociológica (México)*, 30 (86), 201-234. [http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0187-01732015000300007&lng=es&tlng=es](http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0187-01732015000300007&lng=es&tlng=es).
- Santeramo, F.G.; Carlucci, D.; De Devitiis, B.; Seccia, A.; Stasi, A.; Viscecchia, R.; Nardone, G. (2017): “Emerging trends in European food, diets and food industry”. *Food Research International*, 104 39-47, <http://dx.doi.org/10.1016/j.foodres.2017.10.039>
- Secretaría de Gobierno de Salud (2019): *Etiquetado Nutricional Frontal de Alimentos*. Secretaría de Gobierno de Salud, Ministerio de Salud y

- Desarrollo Social de la Nación, Buenos Aires. [https://bancos.salud.gov.ar/sites/default/files/2020-01/0000001380cnt-2019-06\\_etiquedato-nutricional-frontal-alimentos](https://bancos.salud.gov.ar/sites/default/files/2020-01/0000001380cnt-2019-06_etiquedato-nutricional-frontal-alimentos).
- Tamashiro, S. (2020): “La universidad acompaña y garantiza la producción agroecológica”. *Sobre la Tierra*, Facultad de Agronomía, UBA. <http://sobrelatierra.agro.uba.ar/la-universidad-acompana-y-garantiza-la-produccion-agroecologica/>
- Todt, O.; González, M. (2007): “Del gobierno a la gobernanza”. *ISEGORIA*, 34, 209-224. [https://www.researchgate.net/publication/39394566\\_Del\\_gobierno\\_a\\_la\\_gobernanza](https://www.researchgate.net/publication/39394566_Del_gobierno_a_la_gobernanza).
- Todt, O.; Luján, J.L. (2016): “¿Bueno para la salud? Un análisis de los requisitos de sustanciación científica en la regulación europea de las declaraciones de salud”. *Salud Pública de México*, vol. 58-3,393-398. [https://www.researchgate.net/publication/297507984\\_Bueno\\_para\\_la\\_salud\\_Un\\_analisis\\_de\\_los\\_requisitos\\_de\\_sustanciacion\\_cientifica\\_en\\_la\\_regulacion\\_europea\\_de\\_las\\_declaraciones\\_de\\_salud](https://www.researchgate.net/publication/297507984_Bueno_para_la_salud_Un_analisis_de_los_requisitos_de_sustanciacion_cientifica_en_la_regulacion_europea_de_las_declaraciones_de_salud).
- Tonkin, E.; Wilson, A.M.; Coveney, J.; Webb, T.; Meyer, S. (2015): "Trust in and through labelling – a systematic review and critique" *British Food Journal*, 117-1, 318–338. <http://dx.doi.org/10.1108/BFJ-07-2014-0244>.
- Uranga, W. (2014): “Comunicación para la incidencia política. Propuesta de matriz para analizar capacidades y habilidades comunicacionales de las organizaciones en la acción política”. *Congreso Latinoamericano de Investigadores de la Comunicación ALAIC 2014*, <http://congreso.pucp.edu.pe/alaic2014/wp-content/uploads/2014/11/GT8-Washington-Uranga.pdf>.
- Wall, P.; Chen, J. (2018): “Moving from risk communication to food information communication and consumer engagement”. *Science of Food* 2, 21. <https://doi.org/10.1038/s41538-018-0031-7>
- Wilson, A.; Withall, E.; Coveney, J.; Meyer, S.; Henderson, J.; McCulli, D.; Webb, T.; Ward, P. (2016): “A model for (re)building consumer trust in the food system”. En: *Health Promotion International*, 1–13, [https://www.researchgate.net/publication/301288437\\_A\\_model\\_for\\_rebuilding\\_consumer\\_trust\\_in\\_the\\_food\\_system](https://www.researchgate.net/publication/301288437_A_model_for_rebuilding_consumer_trust_in_the_food_system).
- Winograd, M. (2006): “Intervenciones dentro del Programa “5 al Día” para promover el consumo de verduras y frutas en Argentina”. *Revista chilena de nutrición*, 33 (Supl. 1), 282-287. <https://dx.doi.org/10.4067/S0717-75182006000300011>, al 22/03/2020.
- Zepeda, L.; Sirieix, L.; Pizarro, A.; Corderre, F.; Rodier, F. (2013): “A conceptual framework for analyzing consumers food label preferences: An exploratory study of sustainability labels in France, Quebec, Spain and the US”. *International Journal of Consumer Studies*, 37, 605-616.