

A vueltas con los transgénicos

El consumidor actual se encuentra ante un problema a la hora de escoger alimentos libres de transgénicos, esto es debido fundamentalmente a la falta de información sobre la alimentación de los animales de los que proceden la leche, los huevos o la carne convencionales. En Alemania, ya en 1998 se daba luz verde a una ley que regulaba el etiquetado de los productos libres de transgénicos, pero su aplicación resultaba tan estricta, que apenas aparecieron productos con este etiquetado en el mercado.

Desde este mes de mayo, sin embargo, existe una normativa menos estricta mediante la que también se podrán etiquetar como “libres de transgénicos” ciertos alimentos como leche, huevos y carne, en cuyo proceso de producción se haya aplicado tecnología genética hasta ciertos límites. La alimentación del ganado porcino, por ejemplo, deberá ser libre de transgénicos durante los últimos cuatro meses antes de la matanza.

El periodo de alimentación libre de transgénicos para una vaca lechera, sin embargo, se reduce a tres meses antes de ser ordeñada. Para una gallina ponedora este periodo es de tan solo seis semanas antes de la puesta. La nueva normativa también aumenta la cantidad de transgénicos permitidos en el pienso hasta el 0,9%, y permite la utilización de vitaminas, aminoácidos y enzimas que hayan sido elaborados mediante microorganismos modificados genéticamente. Los animales podrán además ser tratados con medicamentos modificados genéticamente.

Para la organización de consumidores "Verbraucherzentrale" y la organización ecologista "BUND", esta etiqueta implica un enorme avance hacia la transparencia y la libertad de elección del consumidor, que de esta forma “podrá tomar una decisión basada en la información que se le ofrece, algo totalmente nuevo en este campo”, según palabras de Gottfried May-Stürmer, miembro de BUND en el Estado Federado de Baden-Württemberg.

En el sector del comercio, sin embargo, esta nueva regulación para el etiquetado ya ha sido tachada de engañosa: “el consumidor espera que los alimentos etiquetados como libres de transgénicos realmente sean libres de transgénicos”, afirmaba Detlef Gross, Director General de la agrupación alemana de pequeños comerciantes VZBV. De hecho, pocos son los comerciantes que ya han puesto a la venta productos con este etiquetado. La cadena de supermercados Tegut ya aplica esta etiqueta a la leche y quiere comenzar a aplicarla a la carne de cerdo. También la central lechera Upländer Bauernmolkerei y la productora de pasta Gold-Alb cuentan con este etiquetado. Las fabricantes de productos avícolas Wiesenhof y Stolle están también estudiando la posibilidad de aplicar este etiquetado. Pero las grandes cadenas de supermercados, como Aldi y Kaufland, no respaldan la iniciativa, ya que, según afirman, sería imposible asegurar que no se ha aplicado tecnología genética en el proceso de producción de sus alimentos. Lidl, Edeka y Rewe están comprobando si pueden utilizar este etiquetado: “Tenemos que investigar toda nuestra cadena de proveedores, lo que implica varios miles de productores, y comprobar si cuentan con materia prima suficiente”, afirma Andreas Krämer, de Rewe.

Por el momento, la organización BUND intenta enrolar a Edeka, el mayor comerciante de alimentos en Alemania, mostrándole las ventajas de la etiqueta. La organización ecologista Greenpeace, por su parte, muestra en su página web el reciente éxito que culmina una campaña contra la leche de la mayor central lechera de Europa: Campina. La citada campaña de la asociación ecologista comenzó en 2006, cuando Greenpeace desveló que el ganado de los proveedores de leche de esta empresa era alimentado mediante pienso transgénico importado. El anuncio despertó la alarma en los consumidores, que dirigieron miles de cartas, postales y emails a la lechera Campina. La respuesta de Campina es el etiquetado de su producto líder, la leche Landliebe, como “libre de transgénicos”.

Elvira Drobinski-Weiss, representante del partido político SPD en el parlamento de Offenburg, afirma refiriéndose a las cadenas de supermercados como Lidl: “Doy por sentado que conocen las oportunidades económicas que representa este etiquetado. De hecho, muchos consumidores rechazan la tecnología genética aplicada a los alimentos. Un supermercado que sea capaz de ofrecerles lo que desean no debe temer por sus ventas”.

Los productos etiquetados como “libres de transgénicos” suponen un mayor coste para el productor, por lo que su precio de venta al público será superior al de los productos convencionales. La pregunta que se plantea entonces es lógicamente la siguiente: ¿por qué iba el consumidor a adquirir estos productos, cuando podría decantarse por los alimentos ecológicos, que rechazan toda utilización de tecnología genética?

Artículo extraído de la edición impresa del diario Badische Zeitung, 27 septiembre 2008.

Compartir

(fin del artículo)