

**ISABEL PEÑA-REY LORENZO**

■ Directora Ejecutiva de la Agencia Española de Seguridad Alimentaria y Nutrición

# “Estamos en un país donde no es difícil comer saludable”

“La seguridad alimentaria en España y en Europa es de las más altas y exigentes del mundo”



Isabel Peña-Rey. // FdV



Concepción Campos. // A. Villar

## Concepción Campos, codirectora de Red Localis, obtiene el premio CLAD

El trabajo galardonado aborda el derecho a una buena administración digital

REDACCIÓN ■ Vigo

Concepción Campos Acuña, codirectora de Red Localis, ha ganado el primer premio en el prestigioso Concurso internacional de monografías del Centro Latinoamericano de Desarrollo (CLAD) sobre Reforma y Modernización de la Administración Pública con su trabajo “Una necesidad post-pandémica: la imprescindible construcción del “derecho a una buena administración digital”.

Este concurso, que en su XXXIV edición abordó la temática “Avances y propuestas ante la crisis del coronavirus y sus repercusiones institucionales y sociales”, contó con un jurado internacional integrado por Manuel Ramón Ventura Camejo (República Dominicana), Alberto Raúl Scavarelli Escobar (Uruguay) y Dante Mendoza Antonioli (Perú).

### Riesgo de exclusión

En la monografía premiada Concepción Campos aborda la problemática derivada de la cara oculta de la transformación digital y el riesgo de exclusión digital para amplios sectores de la población mundial, también en los países más desarrollados, y la vulnerabilidad de los derechos y libertades fundamentales en el ámbito digital por la falta de mecanismos de protección y garantía adaptados a la nueva realidad tecnológica.

Los autores de los trabajos merecedores de los premios constituirán un panel en el contexto del programa general del XXVI Congreso, donde además se realizará una ceremonia especial antes del inicio del panel, para la entrega de los premios correspondientes.

ÁGATHA DE SANTOS ■ Vigo

El 71% de la población española considera que la seguridad alimentaria es una preocupación cuando elige alimentos y solo el 28% afirma que no le preocupa mucho porque da por sentado que los alimentos que compra son seguros, según el Eurobarómetro de Seguridad Alimentaria de 2019. Ante estos datos, la Agencia Española de Seguridad Alimentaria y Nutrición (AESAN) y su homóloga europea, la EFSA, lanzan la campaña #EUChooseSafeFood, que busca generar confianza en los consumidores españoles y europeos a la hora de elegir los alimentos y aumentar su conocimiento en temas de interés como las intoxicaciones alimentarias, el etiquetado y los alérgenos. “Queremos transmitir a la población que los productos que consume son seguros y que para garantizarlo, trabajan muchos científicos y científicas”, explica la médica y cirujana ourensana Isabel Peña-Rey, directora ejecutiva de la AESAN.

### —¿A qué responde la falta de confianza de los españoles hacia los alimentos que consumen?

—Es una cuestión que se nos escapa, pero sí sabemos que la alimentación y la nutrición son temas que están muy en boga y que a medida que aumenta el interés, aparecen los bulos, que a veces ponen en riesgo la confianza. Los ciudadanos deben saber que la seguridad alimentaria en España y en Europa es de las más altas y exigentes del mundo. Falta una campaña muy fuerte de información y de educación; esta ya desde la escuela. Además de concienciar a los ciudadanos españoles y europeos de toda la ciencia que hay detrás de todos los alimentos para garantizar su seguridad, esta campaña pretende potenciar el pensamiento crítico a la hora de hacer la compra, es decir, que no llenemos la cesta rápidamente, sino que elijamos con conciencia crítica, revisando las etiquetas para tener una dieta saludable. Esto nos sirve también para combatir el gran problema que tene-

mos: la obesidad, sobre todo la infantil.

### —¿Sabemos leer las etiquetas?

—No, y tampoco es fácil. Desde aquí lo decimos. La letra es muy pequeña, está en la parte trasera y hay una información que es muy importante y que tiene que estar: la fecha de caducidad, pero también tiene que tener mucha otra información sobre los componentes y nutrientes. Mucha gente aún no tiene claro la diferencia entre consumo preferente y fecha de caducidad. Esta campaña tiene unos materiales muy didácticos y fáciles para aclarar estas y otras cuestiones de interés, disponibles en la web de la agencia y en nuestras redes sociales. Además, esperamos poder sacar en breve todo este material en las tres lenguas cooficiales.

### —Si de algo se está hablando durante la pandemia es de ciencia. ¿Cree que esto puede contribuir a aumentar esa confianza?

—Yo creo que sí. La pandemia ha puesto en membrete a toda la comunidad científica europea y mundial en el campo sanitario. Ha dado a conocer las agencias en medicina que se nutren de los científicos europeos: la Agencia Europea de Medicamentos (EMA) y aquí la Agencia Española de Medicamentos, que tienen sus homólogas en seguridad alimenta-

### FICHA PERSONAL

■ Isabel Peña-Rey, ourensana, es doctora en Medicina y Cirugía, especialista en Medicina Familiar y Comunitaria, máster en Salud Pública y diploma en Salud Pública y Género. Es funcionaria del Cuerpo de Médicos Titulares del Ministerio de Sanidad y ha sido investigadora del CIBERESP (CIBER de Epidemiología y Salud Pública).

ria: la EFSA y la AESAN, respectivamente. Todas las agencias tenemos un comité científico de reconocido prestigio y un grupo de trabajadores. En la AESAN somos unos 200.

### —¿Qué acciones realiza la agencia para garantizar la seguridad alimentaria?

—Tenemos una subdirección encargada del control oficial de la seguridad alimentaria. La acción más importante que hacemos es el control oficial de todos los productos, registros y establecimientos, que realizan los más de 6.000 inspectores que llevan a cabo los 16 programas que tenemos establecidos con las comunidades autónomas. Y por otro lado, llevamos al control de las alertas alimentarias. Aquí tenemos un servicio

365 días, que trabaja de cerca con otras instituciones y servicios, como el SEPRONA.

### —¿Y los que se venden online?

—El último programa que lanzamos incluye, por primera vez, un control oficial para los productos de internet. Hasta ahora no lo hacíamos, pero tenemos que pensar que las empresas que venden en internet tienen que estar también registradas y que para ello siguen los controles oficiales de los registros. Se nos puede escapar alguna que no esté en el registro porque solo vende en internet y para casos así tenemos ahora este control.

### —Ha mencionado antes el problema de la obesidad infantil. Resulta paradójico que un país como España, con una de las dietas más saludables, tenga tasas tan altas.

—Cierto. Sin embargo tenemos que entender por qué. Estamos en un país donde no es difícil comer saludable, pero la manera en la que vivimos tal vez no sea la mejor para mantener hábitos saludables y tengamos que volver a los que teníamos cuando éramos pequeños, como consumir productos de temporada y no pretender comer fresas durante todo el año, lo que supone una carga en el precio y también en la contaminación.

## “La lucha contra el cambio climático tiene que ser transversal en todas nuestras estrategias”

### —Respecto a la obesidad infantil, ¿qué actuaciones se están llevando a cabo?

—Este es uno de los temas importantes de la agencia, además del de la seguridad alimentaria. Desarrollamos una política integral de lucha contra la obesidad, que ejecutamos de forma conjunta con las CC AA, que pasa por la recogida de datos, para lo que tenemos el estudio Aladino, y la promoción de dietas saludables. Uno de los programas en los que trabajamos con las comunida-

des es el de comedores escolares para que los menús sean saludables. Con ello, intentamos también luchar contra la desigualdad social. Hay niños que no pueden llenar sus dietas con platos saludables porque los no saludables son más baratos. Tratamos que con el menú escolar, al menos una comida al día sea saludable. Aquí trabajamos muy de cerca con el sector alimentario intentando reformular los alimentos. Otro aspecto importante en esa política integral contra la obesidad

es la lucha contra la publicidad.

### —¿Cuál es la respuesta del sector?

—Buena. Hay 40 sectores colaborando. A ellos también les interesa, al igual que a todos, que los alimentos sean seguros pero también saludables y sostenibles. La lucha contra el cambio climático tiene que ser transversal en todas nuestras estrategias, al igual que la perspectiva de género, porque también encontramos diferencias entre niñas y niños.