



Universidad de  
**San Andrés**

**Universidad de San Andrés**

**Departamento de Derecho**

**Abogacía**

Ley de etiquetado frontal de alimentos: tan necesaria como  
desafiante

Ailén Crespo Azconzábal

Legajo: 28.138

Mentora: Tolosa, Pamela

Buenos Aires, 30 de julio de 2021

## **Resumen**

En la actualidad, la obesidad es un problema real de salud pública, y las enfermedades no transmisibles que se pueden derivar de ella son la principal causa de defunción del mundo. En el mercado de alimentos predominan productos con altos contenidos de azúcar, sodio y grasas saturadas, consumidos en grandes cantidades por la sociedad, muchas veces sin saber efectivamente qué se está ingiriendo. En este punto, se detecta un problema de información, ya que la manera en la que esta es presentada actualmente hace que sea difícil de encontrar y comprender.

El etiquetado frontal de alimentos ha sido una de las políticas más usadas para paliar esta problemática. Esta medida está basada en estudios provenientes del Behavioral, Law & Economics, enfoque que asume que los seres humanos no nos comportamos racionalmente en numerosas situaciones, ya que padecemos numerosos sesgos y heurísticas.

En este trabajo se intentarán explicar los efectos que una ley de etiquetado frontal de alimentos, como la proyectada en nuestro país, puede tener respecto de la conducta de los consumidores. Se asumirá, como supuestos, que toda relación de consumo implica un problema de información intrínseco y que el diseño de las normas tiene influencia en el comportamiento humano. Asimismo, se asumirá que para prever y estudiar adecuadamente la conducta se requieren datos empíricos. En consecuencia, que resulta necesario prever mecanismos para medir el impacto de la ley y, también, eventuales modificaciones al etiquetado a partir de los resultados de las mediciones que se realicen.

En este sentido, la investigación contribuirá a brindar herramientas para evaluar las ventajas y desventajas de una ley de etiquetado en relación con sus potenciales efectos en la conducta de los consumidores. Y, además, para comparar diseños institucionales alternativos en relación al tema.

## Índice

Introducción .....	1
Capítulo I: Marco teórico .....	5
1. Una aproximación al Análisis Económico del Derecho .....	5
2. Lo que el Behavioral Law and Economics tiene para decir .....	8
3. Arquitectura de la decisión, nudges y paternalismo libertario.....	14
A. Arquitectura de la decisión .....	14
B. Nudge.....	15
C. Paternalismo libertario.....	17
D. Críticas y defensas.....	18
Capítulo II: Cómo actuamos y cómo nos alimentamos.....	21
1. La relevancia del problema .....	21
2. Alimentación y problemas de información.....	24
3. El mercado alimenticio.....	28
Capítulo III: Derecho comparado .....	31
1. Una política pública basada en nudges.....	31
2. Diferentes modelos de etiquetado .....	33
A. El caso de Chile: sellos de advertencia.....	33
B. Caso Gran Bretaña: Traffic Light System .....	39
3. Reflexiones respecto de ambos modelos .....	44
Capítulo IV: El proyecto argentino.....	45
Capítulo V: Propuesta y reflexiones finales .....	49
Bibliografía: .....	53

## Introducción

La obesidad y las enfermedades que derivan de ella – diabetes, hipertensión, cáncer, entre otras- constituyen, en la actualidad, un problema global. Esto se debe, en gran medida, a la mala alimentación. El consumo preponderante de alimentos ultra procesados con altos contenidos de azúcar, sodio y grasas saturadas representa una de las causas relevantes de este problema. Esta clase de alimentos se ofrecen en el mercado y los consumidores los eligen confiando en que han pasado ciertos estándares de calidad y control de contenidos mínimos. En algunos casos, además, se suelen ofrecer como saludables, reducidos en azúcares, grasas, light o dietéticos, entre otras categorías.

Esto se agrava más aún porque el funcionamiento del mercado lleva a los proveedores a intentar vender más a un menor costo y, para eso, se recurre a técnicas de marketing que intentan hacer a sus productos más atractivos a través de estrategias que implican manipular aspectos relacionados con la información sobre el producto. Este es el caso de la industria alimentaria, en la que los proveedores de alimentos responden a la competitividad del mercado al crear productos que intentan cautivar a los consumidores mediante diversas características (ya sea el sabor, textura, color, olor, diseño, etc.). En esta búsqueda de cautivar a consumidores los proveedores muchas veces recurren a producir alimentos con aditivos y químicos que logran captar al consumidor, pero que resultan en un detrimento del valor nutricional del alimento. Los altos contenidos de grasa, azúcar y sal en los productos generan una sensación de placer al ser consumidos que terminan desarrollando una cierta dependencia.

Como se adelantó, el problema de la obesidad y la mala alimentación es global. Desde 1975 la obesidad se ha casi triplicado en todo el mundo. En 2016, más de 1900 millones de adultos

de 18 o más años tenían sobrepeso, de los cuales, más de 650 millones eran obesos.<sup>1</sup> En este sentido, ni América Latina ni Argentina se encuentran exceptuadas. En Argentina el 61,6% de los argentinos tiene exceso de peso; dentro de ese porcentaje, el 36,2% de personas tiene sobrepeso y el 25,4% obesidad, esto según datos de la 4º Encuesta Nacional de Factores de Riesgo (ENFR) realizada por la Secretaría de Gobierno de Salud y el INDEC. Es decir, 6 de cada 10 adultos en nuestro país tiene sobrepeso.

A partir de la relevancia que estos datos tienen, varias medidas se han intentado para paliar este problema al que se enfrenta la sociedad actual. Una de las políticas públicas usadas alrededor del mundo es el etiquetado de alimentos. Ahora bien, existen diferentes modelos de etiquetado de alimentos.

Actualmente, nuestro país cuenta con un sistema de etiquetado. Sin embargo, si se presta atención a las informaciones nutricionales que contienen hoy los alimentos en sus etiquetas se puede observar que no se trata de un mecanismo de fácil comprensión y acceso para los consumidores. La información se ubica, generalmente, detrás del producto, con letra pequeña y textos o cuadros que no suelen ser sencillos de interpretar. En muchos casos, esta información suele ser inentendible para quien esté dispuesto a leerla.

Por lo común, estas políticas se basan en estudios provenientes del Behavioral, Law & Economics (en adelante, BLE). A diferencia del Análisis Económico del Derecho tradicional (en adelante, "AED"), este enfoque asume que los seres humanos no nos comportamos racionalmente en numerosas situaciones. Por el contrario, las acciones y decisiones humanas cotidianas son, en gran medida, el resultado de sesgos cognitivos y heurísticas. Entre otras cosas, el contexto en el cual se presente la información y la forma en que se transmite tiene impacto en la conducta. En consecuencia, el modelo de etiquetado que se adopte, en tanto

---

<sup>1</sup> "Obesidad y sobrepeso", Organización Mundial de la Salud, consultado el 20/03/2021, <https://www.who.int/es/news-room/fact-sheets/detail/obesity-and-overweight#:~:text=%2Fm2>.

determina la forma en que se transmite la información, tendrá una influencia decisiva en el comportamiento de los consumidores.

El BLE asume que el diseño institucional tiene influencia en la conducta. Luego, un diseño adecuado de las normas puede influir en el comportamiento de los consumidores y lograr que estos tomen decisiones con mayor libertad y mejor información. Desde esta perspectiva, la legislación sobre etiquetado puede ser vista como una herramienta útil a tales fines. Los detalles del diseño, así como la utilización de datos empíricos para predecir adecuadamente la conducta serán claves para alcanzar los objetivos buscados.

El objetivo de esta tesis es explicar los efectos que una ley de etiquetado frontal de alimentos puede tener respecto de la conducta de los consumidores. Se asumirán, como supuestos, que toda relación de consumo implica un problema de información intrínseco y que el diseño de las normas tiene influencia en el comportamiento humano.

En primer lugar, a los fines de delinear el marco teórico, se realizará un desarrollo de los conceptos más relevantes del BLE y se contrastará éste enfoque con el del AED tradicional.

En segundo lugar, se presentarán los principales modelos de etiquetado frontal existentes en el derecho comparado. Luego, se realizará un estudio comparativo de los sistemas de llevar a cabo un estudio comparativo de los sistemas de Chile y Gran Bretaña, dado que son los que presentan mayores puntos de conexión con el proyecto argentino.

Posteriormente, se analizará la situación en Argentina. Se realizará un estudio del proyecto de ley que se ha propuesto en nuestro país dentro del marco del ordenamiento jurídico vigente, con especial referencia a las normas de protección al consumidor.

Por último y a partir de lo desarrollado previamente, se buscará marcar que resulta necesario prever mecanismos para medir el impacto de la ley y, también, eventuales modificaciones al etiquetado a partir de los resultados de las mediciones que se realicen.

En este sentido, la investigación contribuirá a brindar herramientas para evaluar las ventajas y desventajas de una ley de etiquetado en relación con sus potenciales efectos en la conducta de los consumidores. Y, también, para comparar diseños institucionales alternativos en relación al tema.



Universidad de  
**San Andrés**

## Capítulo I: Marco teórico

### 1. Una aproximación al Análisis Económico del Derecho

Excede los objetivos propuestos para este trabajo realizar un análisis detenido y completo sobre las bases teóricas del AED, su metodología e implicancias. Sin embargo, en los siguientes párrafos se intentará hacer una aproximación sintética de los aspectos centrales de este enfoque, a los fines de contrastarlos con los aportes del BLE que se tomarán como punto de partida para el análisis de las políticas públicas que atiendan a la problemática bajo tratamiento.

En este sentido, hay diferentes modos de entender al AED, según qué marco teórico dentro de la Economía se tome como referencia para analizar sistemáticamente las consecuencias del Derecho. Aquí solo se pondrá el foco en los rasgos principales que comparten los estudios del AED. Así las cosas, se podría decir que lo que se intenta mediante esta disciplina es analizar la influencia que ejercen las normas jurídicas en la conducta de los sujetos y, a su vez, estudiar cómo influye esa conducta en la asignación de bienes.<sup>2</sup> Al mismo tiempo, se debe agregar que se trata de un método de estudio, un modo de estudiar las instituciones jurídicas con pretensiones de operatividad o influencia sobre el Derecho.<sup>3</sup>

En este orden de ideas, se debe mencionar que los métodos científicos que utiliza el AED provienen de la teoría económica. En este apartado, al referirnos al AED, nos enfocaremos en el AED tradicional, que toma como marco teórico de referencia a la Economía Neoclásica. Así, al intentar predecir las consecuencias de las normas jurídicas se basa en ciertos postulados conductuales, tales como que “las personas se comportan intentando maximizar

---

<sup>2</sup> Hugo Aciarri, Andrea Castellano y Pamela Tolosa, *Derecho, Economía y Ciencias del Comportamiento*. Buenos Aires: Ediciones SAIJ, 2018.

<sup>3</sup> Hugo Aciarri, Andrea Castellano y Pamela Tolosa, *Derecho, Economía y Ciencias del Comportamiento*, 2. Este rasgo es más que importante, ya que como menciona Aciarri “no es obvio que el tratamiento que emplee cánones o instrumentos de una disciplina sobre materiales de otra, tenga esa pretensión”.



sus expectativas. Procuran apartarse de aquello que creen que les producirá displacer (costos) y perseguir aquello que les dará placer (beneficio).”<sup>4</sup> En otras palabras, que los sujetos actúan racionalmente, en búsqueda de la eficiencia, que se logrará luego de un análisis del tipo costo-beneficio.<sup>5</sup>

Señalan Korobkin y Ulen que “el uso de la teoría racional para la toma de decisiones le ha permitido al AED, en sus inicios, alcanzar grandes avances para entender la interacción entre las normas y la sociedad”.<sup>6</sup> Es más, se lo ha utilizado para analizar casi todos los campos jurídicos, desde el derecho ambiental hasta incluso el derecho penal. El foco de esta disciplina está puesto en tomar los postulados neoclásicos de la economía liberal como una variable del análisis jurídico. En este sentido, asume un agente perfectamente racional que actúa para maximizar su utilidad esperada o interés, que, a su vez, siempre lo hará de manera auto interesada, buscando la maximización de su riqueza. Además, asume que este agente presenta preferencias estables y que brindar información completa corrige el problema de información asimétrica, típico del modelo de mercado de competencia perfecta, y que esto es suficiente para que los individuos tomen decisiones correctas.

Ahora bien, no es posible dejar de marcar que el AED vino a refinar el modo de analizar el impacto de las normas jurídicas en el comportamiento humano. Es decir, al derecho siempre le importó esa relación, pero a la hora de establecerla, los operadores jurídicos se basaban más en intuiciones y en el sentido común, sin ningún tipo de marco teórico. De esta manera, el AED con el uso de un tipo de teoría conductual, vino a llenar el vacío entre el deber ser

---

<sup>4</sup> Hugo Aciarri, Andrea Castellano y Pamela Tolosa, *Derecho, Economía y Ciencias del Comportamiento*, 5.

<sup>5</sup> No queremos dejar de aclarar que esta corriente dentro del AED es la que se basa en la economía tradicional, y que es un modo extremadamente simplificado de explicar sus ideas.

<sup>6</sup> Russell B. Korobkin y Thomas S. Ulen. “Removing the rationality assumption from Law and Economics,” *California Law Review* 88, nro. 4 (julio, 2000).

(las normas) y sus consecuencias en el mundo del ser (los hechos, los comportamientos humanos en reacción a esas normas).<sup>7</sup>

Esta teoría conductual a la que adscribe el AED tradicional la sintetiza de buena manera Aciarri cuando menciona que ésta:

...parte de asumir agentes caracterizados por una racionalidad más o menos perfecta, en el sentido de consistencia entre medios empleados y fines perseguidos. A partir de allí, sin embargo, estas bases pueden relajarse para dar paso a diversos grados de imperfección de la información.<sup>8</sup>

Esto último que menciona el autor, lo relativo a la información, es una cuestión relevante a tener en cuenta, ya que el modo de trabajarla es un punto que diferencia al AED respecto de las ideas del BLE. En este orden de ideas, el mismo Aciarri pone de resalto que

[I]a información es considerada por la economía tradicional como un input particular y definido de la decisión. En general, es entendida como un input semántico, en cuanto lo relevante para el proceso de decisión –se asume– es su contenido significativo, más allá de la forma en que se exprese o del vehículo que lo transporte.<sup>9</sup>

Como surge del texto citado, la economía tradicional pone el foco en el contenido de la información, dando por hecho que si ese contenido es el adecuado, con ello bastará para que el comportamiento de los sujetos se corresponda con la idea de racionalidad, es decir, para que estos tomen decisiones “correctas”. En este sentido, se podría decir que el enfoque de la economía se ajusta bastante a como jueces, abogados y legisladores tienden a pensar acerca

---

<sup>7</sup> Hugo A. Aciarri, Pamela Tolosa y Andrea Castellano, “Análisis económico del Derecho del Consumidor,” en Tratado de derecho y economía, tomo III (Buenos Aires: La Ley, 2013).

<sup>8</sup> Hugo Aciarri, Andrea Castellano y Pamela Tolosa, *Derecho, Economía y Ciencias del Comportamiento*, 13.

<sup>9</sup> Hugo Aciarri, Andrea Castellano y Pamela Tolosa, *Derecho, Economía y Ciencias del Comportamiento*, 14.

de cómo la sociedad responde a las normas legales,<sup>10</sup> lo que explicaría parte del éxito que ha tenido entre los operadores jurídicos.

Específicamente, un enfoque como el del AED tradicional se acopla muy bien a uno de los pilares fundamentales de la mayoría de los ordenamientos jurídicos: la autonomía de la voluntad. A tal efecto, partir del análisis de un agente racional que toma decisiones, permite al ordenamiento jurídico creer que, si se le da cierta información aclaratoria o complementaria, las decisiones efectivamente están siendo tomadas con libertad y autonomía. Sin embargo, esta idea de una relación directa entre racionalidad y autonomía, así como también el hecho de que los contextos y las formas en que la información es presentada no sería tan relevante, son cuestiones que viene a poner en jaque el BLE por la influencia que esta corriente tiene de la psicología social.<sup>11</sup>

## **2. Lo que el Behavioral Law and Economics tiene para decir**

Si se observa lo que sucede en el mundo real, en las prácticas y hábitos de consumo, es fácilmente advertible que no es inusual que los consumidores presenten preferencias inconsistentes, que realicen acciones irracionales a la luz de los supuestos de la Economía tradicional, que actúen sin información suficiente, entre otras cuestiones. Esto implica que la Economía tradicional descriptivamente no puede dar cuenta de la conducta real de los consumidores.

Luego, la consecuencia que se sigue de legislar bajo la presunción de que el individuo que consume actúa racionalmente siempre, toma decisiones realizando el cálculo de costos y beneficios en todos los ámbitos, e intentando maximizar su utilidad esperada, es que implica seguir un modelo de conducta que no se ajusta a la realidad.

---

<sup>10</sup> Jeffrey J. Rachlinski, "The psychological foundations of Behavioral Law and Economics," *Cornell Law Faculty Publications* 829 (2011): 1676.

<sup>11</sup> Sobre este punto Rachlinski plantea que debido a que una elección libre significa que la gente va a obtener lo que quiere, si esa gente no sabe lo que quiere, ¿qué función tiene la autonomía?

Es en torno a ésta clase de cuestionamientos que el BLE ha adquirido un desarrollo relevante, especialmente en el ámbito de las relaciones de consumo, un campo de investigación que apunta al objetivo de observar la conducta y determinar cómo actuamos. Los estudios de este campo permiten encontrar ciertos parámetros de comportamiento que pueden ser útiles para predecir la conducta desde este enfoque.<sup>12</sup> El BLE se propone brindar una explicación del comportamiento humano a partir de su observación empírica. A estos fines, toma aportes de psicología cognitiva en general y de la economía del comportamiento en particular, para predecir la conducta y, así, analizar las ventajas y desventajas de diseños institucionales alternativos en competencia desde este enfoque. Pretende entender y predecir la conducta humana para diseñar e implementar políticas públicas adecuadas a los objetivos sociales que se persigan.

Esta corriente de ideas pone en jaque al supuesto de la racionalidad, y resalta que sus predicciones sobre cómo reaccionan las personas frente a las normas pueden ser mejoradas desde el enfoque de la Economía del Comportamiento.

Al mismo tiempo, este nuevo enfoque permite dar cuenta de cómo reaccionamos ante distintas circunstancias y, asimismo, cómo es posible sacar ventaja del conocimiento de ciertos sesgos cognitivos que limitan la racionalidad de nuestras acciones y decisiones. En síntesis, el BLE parte del supuesto de que el comportamiento humano está influenciado por un sinnúmero de estímulos, emociones y factores inconscientes; y que los consumidores, generalmente, no actúan de un modo racional. Al contrario de lo que suponía la Economía Neoclásica y, asimismo, la visión tradicional del Derecho, lejos de comportarnos como

---

<sup>12</sup> Christine Jolls, Cass R. Sunstein y Richard Thaler, “A behavioral approach to Law and Economics,” *Stanford Law Review* 50, nro. 5 (1998).

agentes racionales – como el *homo economicus*- padecemos de auto interés limitado y racionalidad limitada.<sup>13</sup>

Daniel Kahneman y Amos Tversky, por ejemplo, en “*Judgment under Uncertainty: Heuristics and Biases*”<sup>14</sup> plantean que los individuos cuando se les pide que realicen algún tipo de cálculo probabilístico sobre eventos inciertos, estiman los valores confiando en un número limitado de heurísticas que reducen la compleja tarea de calcular probabilidades.<sup>15</sup> Si bien este procedimiento puede ser útil en ciertas circunstancias, en otras puede llevar a errores costosos.

Luego, en *Pensar rápido, pensar despacio*<sup>16</sup> Kahneman populariza la distinción entre Sistema 1 y Sistema 2. Aclara que se trata de una ficción, una simplificación, a los fines de explicar de un modo sencillo el funcionamiento de la mente humana. En esta línea, menciona que la razón que lo llevó a usar esta ficción es que estos “personajes ficticios son útiles en razón de ciertas peculiaridades de nuestras mentes” y continúa explicando que “Sistema 2 es mejor sujeto de una frase que ‘aritmética mental’”. Además, menciona que otro motivo de llamarlos Sistema 1 y 2 en vez de automático o esforzado, es porque las primeras expresiones son más cortas y, por ende, ocupan menos espacio en la memoria.<sup>17</sup>

El Sistema 1 se refiere a las acciones rápidas y automáticas, al pensamiento intuitivo, a la facilidad cognitiva, a lo primero que se viene a nuestra mente ante un estímulo. Kahneman lo define como la “máquina asociativa” y la “máquina de saltar a las conclusiones” porque con escasa información, construye “historias coherentes y plausibles”. Y lo hace a través de heurísticas y sesgos cognitivos. En cambio, el Sistema 2 dirige su atención a las actividades

---

<sup>13</sup> Christine Jolls, Cass R. Sunstein y Richard Thaler, “A behavioral approach to Law and Economics”.

<sup>14</sup> Amos Tversky y Daniel Kahneman, “Judgment under Uncertainty: Heuristics and Biases,” *Science* 185 (septiembre, 1974).

<sup>15</sup> Tversky y Kahneman, “Judgment under Uncertainty”.

<sup>16</sup> Daniel Kahneman, *Pensar rápido, pensar despacio* (Buenos Aires: Debate, 2012). Vale aclarar que se trata de uno de los libros publicados por Kahneman luego de ganar el Premio Nobel de Economía en el año 2002.

<sup>17</sup> Kahneman, *Pensar rápido, pensar despacio*, 46.

mentales que requieren concentración; se relaciona con el esfuerzo cognitivo, el pensamiento racional y abstracto.

Si bien el Sistema 2 puede corregir y ajustar los errores del Sistema 1, esto ocurre con poca frecuencia. En este sentido, explica Kahneman que el Sistema 2 demanda un gran gasto de energía e insume mucha glucosa. Por tal motivo, el Sistema 2 sólo puede estar ocupado en un solo tema a la vez y se agota fácilmente. Y esa sería la explicación de por qué *“la mayoría de las cosas que pensamos y hacemos se originan en el Sistema 1, y el Sistema 2 solo intervendrá cuando surge un problema para el que el Sistema 1 no tenga solución”*.<sup>18</sup> En numerosas situaciones de nuestra vida cotidiana, esto no presentará mayores problemas, ya que el Sistema 1 es bueno en lo que hace, sus asociaciones y predicciones a corto plazo suelen ser acertadas. Sin embargo, en otras, el Sistema 1 – con sus heurísticas y sesgos- nos hace incurrir en errores que preferiríamos evitar.

Cuando se habla de heurísticas se hace referencia a reglas prácticas o procedimientos abreviados para actuar rápidamente. Cuando las heurísticas nos hacen cometer sistemáticamente errores, se habla de sesgos cognitivos. Una aclaración en este punto resulta relevante: “error”, en este contexto, alude a una desviación respecto de lo que sería la conducta racional.

Por ejemplo, tendemos a asociar los hechos memorables o impactantes como hechos que tienen alta probabilidad de suceder (heurística de la disponibilidad); creemos que las cosas buenas probablemente nos ocurran a nosotros y las malas, a otros (exceso de confianza); solemos buscar información que confirme nuestra opinión formada y desestimar aquella que se manifieste en contra (sesgo de confirmación); nuestras preferencias al momento de tomar una decisión dependerán de cómo se nos presente el problema (efecto marco), tendemos a no

---

<sup>18</sup> Kahneman, *Pensar rápido, pensar despacio*, 40.

cambiar nuestros hábitos y a no realizar acciones que pretendemos realizar, más allá de nuestras preferencias (sesgo del *statu quo*), entre otros.<sup>19</sup>

Esta distinción que hace Kahneman en su modelo conductual es relevante a la hora de analizar al individuo como consumidor. Principalmente, porque la mayoría de las decisiones de consumo que tomamos parten de lo que se denomina Sistema 1. Por otra parte, en lo que se refiere específicamente a la nutrición y a los problemas de sobrepeso y las enfermedades que de él se derivan, es bastante fácil de advertir que si bien la mayoría de las personas considera que uno de sus objetivos a largo plazo es tener buena salud y mantener una alimentación saludable, muchas de ellas seleccionan alimentos que van contra estos objetivos. Este tipo de conductas se relaciona con la combinación de dos cuestiones, por un lado, el hecho de activar el Sistema 2 demanda un gran esfuerzo cognitivo y, por el otro, porque la publicidad y las estrategias de marketing apuntan a manipular las acciones del consumidor sacando ventaja de la difusión de los resultados de los estudios del comportamiento. Entonces, como menciona Kahneman, diversos estudios demostraron que la persona que tiene una tarea cognitiva exigente y una tentación, es más probable que ceda ante la tentación.<sup>20</sup>

Los jugadores sofisticados y con poder de mercado conocen muy profundamente estas debilidades del modo de accionar de los individuos y las utilizan para su beneficio.<sup>21</sup> Tal como plantean Akerlof y Shiller, el hecho de que las personas tomen –con gran frecuencia – decisiones que no satisfacen su interés, crea un escenario en el mercado que hace posible la manipulación. Estos autores, en su obra *Phishing for Phools*, dan cuenta de los mecanismos del mercado para captar a los individuos, explotar sus debilidades y así maximizar el beneficio de sus compañías. Lo interesante que se desprende de la investigación es que estas

---

<sup>19</sup> Korobkin y Ulen, “Removing the rationality assumption from Law and Economics”.

<sup>20</sup> Daniel Kahneman, *Pensar rápido, pensar despacio*, 60.

<sup>21</sup> George A. Akerlof y Robert J. Shiller, *Phishing for Phools* (Nueva Jersey: Princeton University Press, 2015).

técnicas manipulativas son necesarias para que los proveedores se mantengan competitivos. Si algún actor del mercado opta por no explotar los sesgos de los consumidores, crea una oportunidad a su competencia de incrementar su cuota de mercado, al usar, este sí, la manipulación a su favor. En consecuencia, todos los proveedores se ven forzados a manipular para mantenerse competitivos, ya que de no hacerlo el propio mercado lo expulsará y lo reemplazará por otro que esté dispuesto a hacerlo.

Los estudios en el campo del BLE indican que no hay maneras neutrales de presentar la información y que las preferencias no son pre-existentes, sino construidas y dependientes de un contexto. Por lo tanto, la racionalidad limitada de los consumidores resulta en una capacidad insuficiente para procesar la información de modo adecuado.<sup>22</sup>

Ahora bien, como ha marcado Kahneman, cometer errores en nuestras decisiones es racional y, lo más interesante, es que esos errores son predecibles, por lo que el BLE puede brindar ciertas herramientas para evitarlos. Así también lo entiende Rachlinski, cuando menciona que

[e]l BLE no debe consistir únicamente en un esfuerzo por identificar y corregir errores, sino que debe consistir en un esfuerzo por comprender cómo la ley puede interactuar mejor con los procesos cognitivos que producen el juicio y la elección humanos.<sup>23</sup>

A partir de lo desarrollado en este apartado, se puede observar que si bien los objetivos del AED tradicional son valiosos, el enfoque y las herramientas utilizadas no son las ideales para lograr evaluar y predecir de manera correcta los comportamientos de los consumidores y así diseñar ordenamientos jurídicos e instituciones en base a ello, que puedan presagiar de alguna manera de qué manera afectarán estas a los individuos. Es por esto que se considera que es necesario analizar un tema delicado como el etiquetado de alimentos desde la perspectiva del BLE, ya que da cuenta de una manera más real el modo en que las personas toman decisiones

---

<sup>22</sup> Christine Jolls, Cass R. Sunstein y Richard Thaler, “A behavioral approach to Law and Economics”, 1541.

<sup>23</sup> Jeffrey J. Rachlinski, “The psychological foundations of Behavioral Law and Economics,” 1684.



de consumo diariamente. Esto permitirá entender las dificultades a las que se enfrentan los consumidores hoy y, en consecuencia, intentar brindar soluciones. Sin descuidar, por supuesto, que incluso una política basada en las ideas del BLE puede merecer ser revisada e incluso puede presentar ciertos inconvenientes y críticas.

### **3. Arquitectura de la decisión, nudges y paternalismo libertario**

#### **A. Arquitectura de la decisión**

El concepto de arquitectura de la decisión alude a que el entorno, siempre, indefectiblemente, condiciona la conducta. Así como la arquitectura, en sentido literal, influye en cómo nos comportamos, en ciertas decisiones y acciones de nuestra vida cotidiana, del mismo modo, la forma en que se nos presentan las opciones o alternativas – en cualquier ámbito- tiene una influencia decisiva en la decisión final. Luego, es posible diseñar una estrategia para influir en la decisión de quienes deban actuar.

En este sentido, pueden ser iluminadores algunos casos que grafiquen como funciona en la práctica la arquitectura de las decisiones. Así las cosas, tal vez uno de los mejores ejemplos de cómo funciona y su efecto en el comportamiento humano sean aquellos relacionados con las opciones por defecto. Esto se da porque debido a los sesgos y heurísticas que sufre nuestra mente, muchas personas toman la opción que requiere menos esfuerzo, a lo que nos referimos es que si

...para una elección determinada, hay una opción por defecto – una opción que prevalecerá si quien decide no hace nada para cambiarla- cabe esperar que gran número de personas acaben por mantenerla, tanto si es buena para ellas como si no.<sup>24</sup>

En este sentido, podemos mencionar las políticas que se han diseñado para aumentar el número de donaciones de órganos. Por tomar el caso de nuestro país,<sup>25</sup> en el año 2017 se

---

<sup>24</sup> Richard H. Thaler y Cass R. Sunstein, *Un pequeño empujón*, 106

sancionó la ley 27.447, conocida como Ley Justina<sup>26</sup>, que dispone que toda persona mayor de 18 años es donante de órganos salvo que haya dejado constancia expresa de lo contrario. Es que hasta antes de la sanción de esta ley la opción era la opuesta, si la persona nada decía, se interpretaba que no era donante, mientras que para serlo debía expresar esa intención.

Este cambio, por más mínimo que parezca, ha tenido un gran impacto en las cantidades de trasplantes que se realizaron en nuestro país en los últimos años, ya que en 2018 y 2019 se observó un crecimiento del 18% y 26%, respectivamente.<sup>27</sup>

## B. Nudge

Un nudge, tal como lo describen Thaler y Sunstein:

...es cualquier aspecto de la arquitectura de las decisiones que modifica la conducta de las personas de manera predecible sin prohibir ninguna opción ni cambiar de forma significativa sus incentivos económicos. Para que se pueda considerar como nudge, debe ser barato y fácil de evitar.<sup>28</sup>

Siguiendo con la explicación de ambos autores, remarcan que no es un paternalismo duro y puro, sino uno débil y blando, ya que no supone una intromisión debido a que las opciones no se anulan ni se agravan significativamente. Contrariamente, los arquitectos de las decisiones, ya sean públicos o privados, según este enfoque, no se limitan a identificar las decisiones de las personas, sino que buscan orientarlas en direcciones que mejoren sus vidas.

---

<sup>26</sup> El proyecto de ley se conoce como “Ley Justina” en homenaje a Justina Lo Cane, la niña de 12 años que falleció el 22 de noviembre de 2017 a la espera de un corazón.

<sup>27</sup> “Memoria 2018: procuración y trasplante de órganos, tejidos y células en Argentina,” INCUCAI y Ministerio de Salud y Desarrollo Social de la Nación, accedido el 17 de junio de 2021, [https://www.msal.gob.ar/images/stories/MEMORIA\\_2018\\_curvas\\_web.pdf](https://www.msal.gob.ar/images/stories/MEMORIA_2018_curvas_web.pdf); “En 2019 hubo récord de trasplantes de órganos en Argentina,” Perfil, accedido el 17 de junio de 2021, <https://www.perfil.com/noticias/salud/2019-record-donantes-y-trasplantes-de-organos-argentina.phtml>.

Tomamos el caso de nuestro país pero es dable remarcar que es una política habitual en varios países del mundo. En este sentido y para reforzar más la demostración del impacto de esta arquitectura de la decisión, Thaler y Sunstein hacen una comparación entre dos países que se los puede considerar similares como Alemania en Austria, pero que en cuanto a las donaciones, tienen políticas opuestas. En Alemania, donde para ser donante hay que brindar consentimiento explícito, solo el 12 % de la población es donante, mientras que en Austria, donde rige el consentimiento implícito, casi el 99% es donante. Richard H. Thaler y Cass R. Sunstein, *Un pequeño empujón*, 207.

<sup>28</sup> Richard H. Thaler, *Un pequeño empujón*, 20.

En este sentido, existen muchos nudges para traer a colación, sin embargo, se estima adecuado, debido al tema de este trabajo ofrecer el ejemplo de lo que se podría denominar “buffet saludable”. En las cafeterías de los colegios simplemente se podría disponer el orden de las comidas de manera aleatoria, ahora bien, un nudge podría ayudar a que los niños salgan beneficiados a través de una dieta más saludable. Conforme a esto, lo que se ha realizado es colocar en primer lugar los alimentos saludables, mientras que en un segundo plano se siguen encontrando los menos saludables. Esto ha llevado a que se incremente el consumo de alimentos saludables en un 18% y que se reduzca la cantidad ingerida de los menos saludables en más de un 25%.<sup>29</sup>

El ejemplo brindado anteriormente es uno que encuadra bien en la definición de nudge ofrecida por Thaler y Sunstein, ya que es una medida barata de llevar a cabo, no afecta incentivos económicos y, además, no es prohibitiva ni difícil de evitar, ya que el resto de los alimentos sigue estando, solo que ahora presentados de una manera diferente.

Ahora bien, como se acaba de mencionar un nudge que efectivamente está diseñado para orientar las decisiones de las personas de manera que mejoren sus vidas, hay otros diseños que explotan los distintos sesgos que éstas padecen y no siempre llevan a que elijan las opciones que son mejores ellas mismas.

Al respecto se puede mencionar un caso muy conocido, pero que no por eso deja de ser efectivo para aquellos proveedores de productos o servicios, y es el de las suscripciones automáticas. Mediante esta estrategia se busca explotar el sesgo del *statu quo*, aquello que se mencionó respecto a que las personas tienden a dejar las cosas como están o a elegir la opción que menos esfuerzo signifique.

---

<sup>29</sup> “Influyendo en el comportamiento: Nudges para mejorar la salud poblacional,” Fundación Internet Salud y Sociedad, accedido el 20 de junio de 2021, <https://www.fundacionisys.org/es/blogs/formacion/829-influyendo-en-el-comportamiento-nudges-para-mejorar-la-salud-poblacional-2>.

En consecuencia, es muy común que los proveedores ofrezcan una suscripción gratuita inicial de un determinado período de tiempo, algo que suele resultar seductor para los consumidores. Ahora bien, estas suscripciones funcionan de manera tal que si cuando finaliza ese período gratuito (al que también le suelen llamar “período de prueba”), la persona no la cancela, seguirá recibiendo el producto o servicio, pero ahora ya pagando un monto todos los meses, aunque incluso ni siquiera haga uso de ese producto o servicio.<sup>30</sup>

### C. Paternalismo libertario

Paternalismo y libertario son conceptos que en una misma frase pueden sonar contradictorios. Sin embargo, es el término que introdujeron Thaler y Sunstein para defender el uso de la arquitectura de la decisión frente a las críticas de que todo diseño de la arquitectura de la decisión constituiría una manipulación. A lo que se refieren es a la legitimidad de influir en las conductas de los individuos, pero sin anular su libertad de elección.<sup>31</sup>

Lo denominan libertario ya que lo que pretenden es justamente que la gente sea libre para elegir, tanto para seleccionar aquello que desean, como para desvincularse de aquello que determinan desventajoso. Ahora bien, basándose en hallazgos probados por las ciencias sociales, entienden que las personas suelen tomar malas decisiones, o en sus palabras “decisiones que no habrían tomado si hubieran prestado atención y si hubieran dispuesto de toda la información y capacidades cognitivas ilimitadas y un autocontrol absoluto”.<sup>32</sup> En otras palabras, consideran que la presunción de que las personas deben elegir libres de interferencias de terceras partes se basa en la asunción de que la gente realmente hace un

---

<sup>30</sup> Incluso Cass Sunstein en su libro con Thaler menciona que una vez American Express le ofreció una suscripción gratuita por tres meses a las cinco revistas que él quisiera. Sunstein aceptó, aunque ni siquiera leía demasiado esas revistas, pero no se percató de que si no hacía algo para cancelarla, seguiría recibiendo las revistas, pero ya debiendo abonar la suscripción mensual. Como consecuencia de esto, menciona que lleva casi una década abonando revistas que apenas lee.

Esto deja que ver que incluso los expertos sufren los sesgos y heurísticas que ellos mismos estudian.

<sup>31</sup> Richard H. Thaler y Cass R. Sunstein, “Libertarian Paternalism,” *The American Economic Review* 93, nro. 2 (mayo, 2003). En el artículo mencionado es la primera oportunidad en la que acuñaron el término. Luego, Sunstein hasta sacó un libro titulado, justamente “Paternalismo libertario”.

<sup>32</sup> Richard H. Thaler, *Un pequeño empujón*, 20-21.

buen trabajo decidiendo. Sin embargo, como se ha marcado, esto no siempre es así. De esta forma buscan facilitar que las personas sigan su plan de vida, pero no ven con malos ojos que los “arquitectos de las decisiones traten de influir en la conducta de la gente para hacer su vida más larga, más sana y mejor”.<sup>33</sup> Lo que brindan los arquitectos de la decisión son nudges.

#### D. Críticas y defensas

Una de las principales objeciones a las políticas basadas en nudges es el miedo a una pendiente resbaladiza, es decir, que si bien las intervenciones que plantea el paternalismo libertario son de alguna forma pequeñas (para los ahorros, protección medioambiental, etc.), luego nada impedirá que vengan intervenciones más drásticas desde los órganos gubernamentales, tales como prohibiciones o decretos. En otras palabras, el paternalismo libertario puede llegar a ser coercitivo, y que en este punto un diseño de la arquitectura de la decisión no se diferenciaría mucho de una prohibición o del paternalismo tradicional.<sup>34</sup>

Por otro lado, también se ha esbozado una crítica que gira en torno al derecho a equivocarse de las personas que viven en una sociedad libre, e incluso que los errores pueden ser útiles, ya que es posible aprender de ellos. Asimismo, en relación con esta objeción también se presenta la crítica sobre que, bajo el lema de intentar lo mejor para las personas, lo que elegirían de ser completamente racionales, se privilegia injustificadamente la concepción del bien que tienen los arquitectos de la decisión.

A su vez, también se ha dicho que en la medida en que los nudges se vuelven más encubiertos, el proceso de la arquitectura de la decisión se convierte en más engañoso. Lo que sugiere que cuando un nudge está lo suficientemente encubierto, es anti-ético por las mismas

---

<sup>33</sup> Richard H. Thaler, *Un pequeño empujón*, 19.

<sup>34</sup> John Hasnas, “Some Nudging About Nudging: Four Questions About Libertarian Paternalism,” *Georgetown Journal of Law & Public Policy* 7 (febrero, 2016).

razones que lo es el paternalismo tradicional. En respuesta a este punto, Thaler y Sunstein remarcan que el paternalismo libertario está guiado por el principio de publicidad desarrollado por Rawls, por lo que la posibilidad de revelar y discutir esas intervenciones dotaría a los nudges de una legitimidad adecuada.

Ahora bien, a todas estas críticas les cabe una contra argumentación. Esto debido a que los autores que desarrollaron estas ideas claramente remarcan la posibilidad de libertad de elección que se les da a los individuos y que la opción de salirse de la opción por default del nudge, debe ser a un bajo costo.

Por otra parte, también está la cuestión de si los arquitectos de las decisiones del sector público deberían preocuparnos más que los del sector privado. Y la respuesta es que no, ambos deberían preocuparnos, pero como se verá en este trabajo, las instituciones privadas muchas veces son

...egoístas, codiciosas e incompetentes, y explotan a la gente (...) después de todo, los gestores del sector público tienen que responder a sus votantes, mientras que los del sector privado tienen como misión maximizar los beneficios y el precio de las acciones, no promover el bienestar del consumidor.<sup>35</sup>

Lo que se busca que quede claro en este apartado, es que el argumento de que una política pública basada en nudges es una intervención demasiado grande y que significa una manipulación, choca de frente con la realidad, ya que día a día las empresas y compañías invierten dinero en estudiar los sesgos que sufren las personas con el objetivo de explotarlos en su favor.

Por su parte, tampoco el argumento del derecho a equivocarse es una crítica justa, puesto que la alternativa de equivocarse está, la posibilidad de evitar la opción diseñada por los

---

<sup>35</sup> Richard H. Thaler y Cass Sunstein, *Un pequeño empujón*, 258.

arquitectos existe, solo que parece justo que a los usuarios y consumidores que no cuentan con un grado de sofisticación suficiente, se le presenten ciertas señales, pistas a la hora de actuar.

Ahora bien, lo que sí es importante mencionar es que como toda definición conceptual que busca ser precisa en la teoría, la propia definición de nudge que dan Thaler y Sunstein no se suele reproducir en los todos los ejemplos prácticos o, al menos no de una forma que llene todas las características de aquella. A este respecto, es iluminadora la reflexión de Aciarri sobre esta cuestión:

...las intervenciones en el mundo real a las que llamamos “nudges” no contienen en puridad las propiedades de la definición. Pero la definición nos orienta a ver en ellas una aproximación razonable a la idea patrón.<sup>36</sup>

A lo que se refiere, es que las intervenciones en el mundo real a las que se llama “nudge” efectivamente contienen caracteres propios de la definición pura, lo que los lleva a contener aspectos novedosos y que los diferencia de otros elementos jurídicos, pero no podemos dejar de notar que también suelen contener propiedades típicas de instrumentos clásicos del derecho, como los mandatos y sanciones. En fin, “las pretensiones de sus defensores tienden a exagerar su neutralidad y preservación de la libertad, como virtud, y las de sus críticos a negar que sean absolutas, como defecto.”<sup>37</sup>

Es importante realizar este análisis, ya que la adopción de un sistema de etiquetado frontal como el que se va a estudiar en este trabajo es, justamente, una política pública basada en nudges. Que, a su vez, es diseñada en base a numerosa evidencia empírica, tanto de cómo se comportan los consumidores, la industria alimenticia y de los daños a la salud que generan ciertos componentes de los alimentos. Es por esto que, si bien mediante este tipo de políticas

---

<sup>36</sup> Hugo Aciarri, Andrea Castellano y Pamela Tolosa, *Derecho, economía y ciencias del comportamiento*, 31.

<sup>37</sup> Hugo Aciarri, Andrea Castellano y Pamela Tolosa, *Derecho, economía y ciencias del comportamiento*, 31.

públicas en verdad sí se afecta la libertad real y no se consigue una neutralidad real, no es algo que le sea ajeno al derecho, ya que es un ámbito en el que sus diversos instrumentos normalmente afectan libertades y contienen sanciones. Ahora bien, la clave está en su justificación, y en este punto parece que los nudges “se tratan de instrumentos que guardarían una relación entre interferencia y efectividad para la consecución de ciertos objetivos, que les daría justificación.”<sup>38</sup>

## Capítulo II: Cómo actuamos y cómo nos alimentamos

### 1. La relevancia del problema

Antes de tratar una ley como la del etiquetado frontal de alimentos es necesario entender el problema que motiva al Estado a tomar una política pública como esta. Con este objetivo, en este apartado se presentarán algunos datos que dan cuenta de la epidemia de obesidad que existe actualmente, los riesgos derivados de ella, y cuales suelen ser las causas que se asocian tanto a la obesidad como a las enfermedades no transmisibles que a las que puede dar lugar.

El sobrepeso y la obesidad son uno de los problemas de salud pública más relevantes del siglo XXI. El contexto social, el desarrollo de las nuevas tecnologías y el cambio a una dieta en la que se impone un aumento de la ingesta de alimentos ultra procesados, han hecho que la prevalencia aumente de modo alarmante. En efecto, un informe de la FAO pone de relieve que en América Latina se ha dado una transición nutricional que ha hecho aumentar el consumo de grasas, sal, azúcar y carbohidratos refinados y a una disminución de la actividad física.<sup>39</sup>

---

<sup>38</sup>Hugo Aciarri, Andrea Castellano y Pamela Tolosa, *Derecho, economía y ciencias del comportamiento*, 33.

<sup>39</sup>FAO, FIDA, OPS, WFP, UNICEF, *Panorama de la seguridad alimentaria y nutricional en América Latina y el Caribe*, (Santiago de Chile, 2020), 24.



Como se mencionó en la introducción, desde 1975 la obesidad se ha casi triplicado, en 2016 más de 1900 millones de adultos de 18 o más tenían sobrepeso, de los cuales más de 650 millones eran obesos. Esto equivale a que el 39% de la población mundial de adultos tenían sobrepeso y que el 13% de estos eran obesos.

Igualmente, no es un problema solo de los adultos, ya que la obesidad infantil también ha crecido en forma acelerada. En 2016 había más de 340 millones de niños, niñas y adolescentes (de 5 a 19 años) con sobrepeso u obesidad. La prevalencia en este grupo pasó de un 4% en 1975 a más del 18% en 2016.<sup>40</sup>

Una de las principales consecuencias de la obesidad es que está asociada y lleva a desarrollar enfermedades no transmisibles (en adelante ENT), tales como la diabetes, ciertos tipos de cáncer, enfermedades cardiovasculares y respiratorias crónicas.<sup>41</sup> Y lo que es más preocupante aún es que la Organización Mundial de la Salud (“OMS”) ha identificado a estas enfermedades como la principal causa de muerte a nivel mundial. Según esta institución, 7 de las 10 causas principales de defunción en 2019 fueron ENT. Llevada esta información a números, es posible afirmar que se cobran más de 41 millones de vidas cada año, lo que equivale al 71% de las muertes que se producen en el mundo.

A su vez, si se hace foco en la principal causa de muerte dentro de las ENT, se aprecia que es la cardiopatía isquémica, que consiste en una obstrucción en las arterias coronarias, que son

---

<sup>40</sup> “Obesidad y sobrepeso,” OMS, accedido el 10 de abril de 2021, <https://www.who.int/es/news-room/fact-sheets/detail/obesity-and-overweight> . Vale aclarar que aproximadamente 41 millones de niños, niñas y adolescentes son obesos en la actualidad y, según NCD Alliance, se estima que ese número llegue a 70 millones para 2025 si esta tendencia continúa. Recuperado de: <https://ncdalliance.org/why-ncds/ncd-prevention/healthy-diets>.

<sup>41</sup> Otros problemas asociados con la obesidad son: problemas ginecológicos y sexuales, apnea del sueño, artrosis, problemas digestivos, etc. “Obesidad”, Mayo Clinic, accedido el 13 de febrero de 2021, <https://www.mayoclinic.org/es-es/diseases-conditions/obesity/symptoms-causes/syc-20375742#:~:text=La%20obesidad%20es%20una%20enfermedad,y%20ciertos%20tipos%20de%20c%C3%A1ncer>.

las encargadas de proporcionar sangre al músculo cardíaco (miocardio).<sup>42</sup> Asimismo, los principales factores que la producen son: el aumento del colesterol LDL (comúnmente llamado “malo”), la hipertensión arterial, la diabetes, el tabaquismo, la obesidad, entre otros.

A lo que se quiere llegar mencionando estos datos, es que las ENT, tienen una estrecha relación con la obesidad y, por ende, con los tipos de alimentos que forman parte de las dietas de los individuos.

Es por esto que la OMS ha llamado a hacer un compromiso político colectivo, entre distintas partes interesadas, tanto desde el sector público, como el sector privado. Menciona, por ejemplo, que

[l]os gobiernos, los asociados internacionales, la sociedad civil, las organizaciones no gubernamentales y el sector privado tienen un papel fundamental en la creación de entornos saludables y de condiciones de asequibilidad y accesibilidad de opciones dietéticas más saludables para los niños y los adolescentes.<sup>43</sup>

En particular, menciona que reducir los mayores factores de riesgo de las ENT -a los que identifica como el tabaquismo, sedentarismo, dietas no saludables y consumo excesivo de alcohol- es el foco del trabajo de la OMS para prevenir muertes provocadas por las ENT.<sup>44</sup>

En este sentido, uno de los modos que tiene un Estado para intentar disminuir los números de muerte por ENT y, por supuesto, erradicar la pandemia de la obesidad es mediante políticas públicas tales como el etiquetado frontal de alimentos. Incluso la misma OMS ha tratado en reiteradas oportunidades el tema y ha considerado a esta como una estrategia valiosa. Ahora,

---

<sup>42</sup> Pablo J. Pérez, “Cardiopatía isquémica,” Fundación Española del Corazón, accedido el 17 de abril de 2021, <https://fundaciondelcorazon.com/informacion-para-pacientes/enfermedades-cardiovasculares/cardiopatia-isquemica.html>.

<sup>43</sup> OMS, accedido el 17 de abril de 2021, [https://www.who.int/dietphysicalactivity/childhood\\_what\\_can\\_be\\_done/es/](https://www.who.int/dietphysicalactivity/childhood_what_can_be_done/es/)

<sup>44</sup>“Preventing noncommunicable diseases,” OMS, accedido el 20 de abril de 2021, <https://www.who.int/activities/preventing-noncommunicable-diseases>.

bien, al tratar de desarrollar este tipo de políticas, los Estados se encuentran con distintos problemas como ya hemos venido mencionando, y uno muy relevante es el de la información respecto de los alimentos, tema que trataremos en el siguiente apartado.

## **2. Alimentación y problemas de información**

A partir de lo desarrollado anteriormente, se pueden notar las graves consecuencias que una mala alimentación genera en la sociedad y, por ende, el Estado debe tomar cartas en el asunto para conseguir disminuir la problemática en cuestión y promover un sistema alimentario adecuado. Siguiendo a la FAO, los sistemas alimentarios están compuestos por tres elementos: i) la cadena de suministro; ii) los entornos alimentarios; y iii) el comportamiento de los consumidores.<sup>45</sup>

Debido al enfoque de este trabajo, nos detendremos en los dos últimos. A su vez, en lo que respecta a los entornos alimentarios, dentro de ellos se tienen en cuenta la disponibilidad física, el acceso económico, la promoción, publicidad e información y la calidad e inocuidad de los alimentos.

La información, el derecho a la información de los consumidores, es algo clave a tener en cuenta a la hora de empezar a diseñar cualquier tipo de política pública con miras a lograr una mejora en la dieta de los individuos. Ahora bien, de acuerdo a lo que se ha desarrollado en este trabajo, los estudios empíricos del BLE han dado muestra de que las personas a la hora de elegir y actuar se ven influenciadas por diversos estímulos y sesgos, que generan distintas decisiones según el contexto. Es por esto, que lo que pasa a ser fundamental para el éxito de una política como el etiquetado frontal de alimentos es el tipo de información y el modo en que es presentada, es decir, el contexto, más que la cantidad.

---

<sup>45</sup> FAO, FIIDA, OPS, WFP, UNICEF, *Panorama de la seguridad alimentaria y nutricional en América Latina y el Caribe*.

Lo que se pretende subrayar es que, lo que busca el ordenamiento jurídico mediante sus intervenciones en el campo del derecho del consumidor, es intentar mitigar la asimetría de información. En este sentido, surgen las ideas de deber de información por parte del proveedor y el derecho de información del consumidor. Cualquier medida del Estado debe tener en cuenta esos dos puntos. No obstante, las propuestas de política legislativa pueden variar sustancialmente si las normas que condensan esas cuestiones se apoyan en el marco teórico del AED tradicional o en el BLE.

Para el AED tradicional basta con dar la información de manera detallada y clara, ya que eso será suficiente para que los individuos tomen buenas decisiones de consumo. Es decir, para que actúen racionalmente. Desde otra perspectiva, siguiendo las ideas del BLE, lo que se plantea es que brindar información al consumidor no necesariamente influye en su conducta. Al contrario, puede carecer totalmente de impacto en su conducta.

Para el BLE, el énfasis debe estar puesto no en brindar información, sino en qué información destacar, cómo debe ser presentada - ya que el contexto y el *framing effect* juegan un papel decisivo en la conducta-, y en medir sistemáticamente el impacto de la política pública en cuestión.

Históricamente se ha legislado bajo la idea de que cuánta más información se le dé al consumidor mejor. Esto se ve reflejado en el caso de los contratos que contienen términos y condiciones. Se trata de innumerables páginas de información de todo tipo, diseñados justamente para que no sean leídos por el contratante más débil. Así, los proveedores se blindan frente a posibles reclamos de los consumidores y, al mismo tiempo, cumplen con el mentado deber de información. La gente raramente lee los contratos con las tarjetas de

créditos, las compañías de celulares, los seguros médicos ni con las diversas aplicaciones y plataformas web con las que interactúa casi diariamente.<sup>46</sup>

Este problema que se describe en el párrafo anterior puede ser extrapolable a lo que sucede con la información que se brinda en las etiquetas de los alimentos actualmente. El sistema de etiquetado que encontramos hoy en día en el mercado argentino lejos está de hacerle saber a los individuos qué es lo que está consumiendo a nivel nutricional. Al prestar atención a las informaciones nutricionales que contienen hoy los alimentos en sus etiquetas nos daremos cuenta de que, en primer lugar, suelen contener esa información detrás del producto, de manera pequeña y nada sencilla. En segundo lugar, esta información suele ser inentendible para un consumidor que va al supermercado. Por otro lado, aun cuando la información está en el frente del producto, esta suele ser confusa y engañosa.<sup>47</sup> Los proveedores deciden mostrar las características que más favorecen su producto y también es muy común que elijan hacerlo en porciones muy pequeñas (en gramos), ya que esto hace que el dato que lee el consumidor no llame la atención, o incluso que se llegue a pensar que el alimento es efectivamente sano. Que la información nutricional esté presentada de esta forma hoy en día no es causalidad. En este campo se dan fuertes conflictos de intereses y las empresas del sector alimenticio han realizado un incansable lobby para lograr que el etiquetado siga siendo el tradicional y que no se las sancione por ciertas publicidades más que engañosas.

---

<sup>46</sup> Consideramos que no leerlos es, de hecho, totalmente racional. En verdad están hechos para que no los leamos. En este sentido, una investigación de la Universidad Carnegie Mellon, en Pennsylvania, Estados Unidos, comprobó que tardaríamos 76 días en leer los términos y condiciones de los servicios digitales que usamos durante un año.

Para una noción más acabada de la situación de los contratos de adhesión y los problemas de información, se recomienda el artículo "The no Reading problem in consumer contract law", escrito por Ian Ayres y Alan Schwartz. En él también se discute qué tipo de información debe ser dada a los consumidores y la forma en que se debe hacer, para lograr una mayor eficiencia en las transacciones comerciales que involucren consumidores "débiles".

<sup>47</sup> En el reporte del High Level Panel of Experts on Food Security and Nutrition of the Committee on World Food Security, titulado "Nutrition and Food Systems", se hace mención justamente a que este tipo de etiquetas "requieren cierto grado de conocimiento nutricional y son difíciles de interpretar para muchas personas," 98.

La manipulación de la información nutricional de las etiquetas apunta a explotar nuestro Sistema 1, principalmente al sesgo del *framing effect*. A modo de ejemplo, resulta importante profundizar en la problemática del tamaño de las porciones que se presentan en las etiquetas. Permitir la división por porciones lo que hace es engañar al consumidor, ya que tal vez éste observa que en la porción que se le muestra la cantidad de sal o azúcar no es elevada, pero no va a hacer en su cabeza el cálculo de cuánto sería ese porcentaje en porciones más grandes que son las que generalmente consume. Es decir, si se le muestra al consumidor que determinado producto en 30 gramos tiene 12 gramos de azúcar, debido al modo en que nuestro cerebro se comporta y procesa la información, la persona no asociará que es muy probable que coma más que la pequeña porción que se le muestra y, por ende, creará que come menos azúcar, sal y grasa de la que realmente ingiere.

En este sentido, después de lo expuesto, es dable mencionar que lo que justamente se busca mediante un etiquetado frontal como el que se está considerando en nuestro país es facilitarle a los consumidores la información de lo que está eligiendo, es regular desde la arquitectura de la decisión, para evitar que los individuos sean engañados y manipulados al explotarse sus sesgos y heurísticas. Hacer foco en la información relevante y presentarla de la forma adecuada, para asegurar que la gente tenga acceso a esa información y, en consecuencia, que tome decisiones de consumo soberanas y con el debido consentimiento.

En el apartado siguiente se dará cuenta de algunas de las formas en que los proveedores explotan el problema de la información aquí descrito, así como también el impacto que esto tiene en las dietas de los consumidores, al llevarlos a ingerir cantidades elevadas de ciertos ingredientes que pueden desarrollar una dependencia y adicción y, de esta forma, hacer aun más dificultoso sanear el problema de salud pública al que nos enfrentamos.

### 3. El mercado alimenticio

En las últimas décadas el mercado de alimentos ha vivido un notable decrecimiento en cuanto a los nutrientes de los productos ofrecidos, se ha dado una transición nutricional de las dietas tradicionales y sencillas a los alimentos altamente procesados.<sup>48</sup> En efecto, tres cuartas partes de las ventas mundiales de alimentos involucran este tipo de productos.<sup>49</sup>

Que una dieta esté basada en alimentos ultra procesados significa que en ella predominan ciertos ingredientes, como el azúcar, la sal y las grasas trans o saturadas. Componentes que se ha demostrado que generan un impacto negativo en la salud de las personas, ya que son grandes responsables del desarrollo de las ya mencionadas enfermedades no transmisibles.<sup>50</sup>

Otro punto interesante que han evidenciado diferentes investigaciones es que estos ingredientes presentan una característica que los hace todavía más peligrosos, su propensión a crear adicción. En otras palabras, ciertos componentes de los productos alimenticios, en particular los azúcares añadidos, pueden actuar en el cerebro como una sustancia adictiva.<sup>51</sup> Si bien la palabra adicción puede sonar fuerte si se la usa para hablar de alimentos, debido a que siempre se la ha relacionado con el abuso de drogas psicoactivas, tal como señalan Avena, Rada y Hoebel, recientemente se han llevado a cabo investigaciones sobre distintas adicciones que no se relacionan con las drogas ilegales, como por ejemplo los juegos de azar, el sexo y, entre ellos, la comida. El experimento llevado a cabo por ellos mismos (realizado

---

<sup>48</sup> Mauricio p. Barria y Hugo C. Amigo, “Transición Nutricional: una revisión del perfil latinoamericano,” *ALAN* 56, nro. 1 (marzo, 2006); Barry M. Popkin, “The Nutrition Transition and Obesity in the Developing World,” *The Journal of Nutrition* 131, nro. 3 (marzo, 2001); Barry M. Popkin, “An overview on the nutrition transition and its health implications: the Bellagio meeting,” *Public health nutrition* 5, nro. 1 (2002); Barry M. Popkin y Penny Gordon-Larsen, “The nutrition transition: worldwide obesity dynamics and their determinants,” *International journal of obesity and related metabolic disorders: journal of the International Association for the study of Obesity* 28, nro. 3 (noviembre, 2004); Corinna Hawkes, “Uneven dietary development: linking the policies and processes of globalization with the nutrition transition, obesity and diet-related chronic diseases,” *Global Health* 2, nro. 4 (marzo, 2006).

<sup>49</sup> David Stuckler y Marion Nestle, “Big Food, Food Systems, and Global Health,” *PLoS Med* 9, nro. 6, 1 (2012).

<sup>50</sup> Solo para nombrar algunos estudios que demuestran lo mencionado: OMS; Lustig, 2012; FIC; PAHO, Basu et. al., 2013; Tappy, 2012; Yudkin, 2012; Barruti, 2019.

<sup>51</sup> Kelly Brownell y Mark Gold, “Food products. Addiction. Also in the mind,” *World Nutrition* 3, nro. 9 (septiembre, 2012).



con ratas), arrojó como resultado que luego de un mes de exposición al experimento, que consistía en ofrecerles un preparado con alto porcentaje de azúcar y luego exponerlos a varias horas de abstinencia, los animales mostraron una serie de comportamientos similares a los efectos de las drogas.<sup>52</sup>

Si hablamos de azúcar, tenemos que mencionar que es un ingrediente que está presente en casi todos los alimentos, pero no todo contenido con azúcar es malo *per se*, sino que el problema surge cuando hablamos de azúcar agregada, es decir, cuando se le agrega por demás o incluso cuando se le agrega a alimentos que no deberían porque contenerla. Cómo la industria alimenticia ha normalizado las cantidades de azúcar agregada que contienen sus productos está directamente relacionado con la intención de hacer de estos algo adictivo, crear una necesidad y una dependencia, con el objetivo de maximizar ventas.<sup>53</sup>

De la misma manera que se han realizado estudios analizando los efectos del azúcar en nuestro cerebro y sistema de recompensas, también se ha hecho lo propio respecto de la sal y los distintos componentes a base de sodio que se le adicionan a los alimentos ultra procesados. Más allá de las investigaciones de larga data sobre los efectos nocivos del sodio sobre la salud en general, existen estudios que dan muestra de ciertos efectos adictivos de la esta y los componentes a base de sodio, y como estos son usados por los proveedores para captar aún más a los consumidores.

En esta línea, la American Heart Association resalta que 9 de cada 10 norteamericanos consume demasiado sodio, y a la hora de analizar de dónde proviene, expone que más del

---

<sup>52</sup> Nicole M. Avena, Pedro Rada y Bartley G. Hoebel. "Evidence for sugar addiction: Behavioral and neurochemical effects of intermittent, excessive sugar intake," *Neuroscience and Behavioral Reviews* 32, nro. 1 (2008). En el mencionado experimento las ratas son privadas de alimento diariamente durante doce horas, luego, después de un lapso de cuatro horas, se les da acceso de doce horas a una solución de azúcar y comida. Como resultado, las ratas aprenden a beber la solución con azúcar de manera abundante.

<sup>53</sup> Michael Moss, *Salt, Sugar Fat: how the food giants hooked us* (Nueva York: Random House, 2013), 286. Habla de cómo las grandes compañías de la industria financiaron estudios para correr la culpa del azúcar, y menciona que los productores abusaron de su influencia sobre los hábitos alimenticios de los norteamericanos, especialmente por la manera en que la industria usa el azúcar para incrementar la atracción a los consumidores.



70% del sodio consumido procede de los alimentos ultra procesados y la comida de restaurantes, un 10% se debe a la sal que se agrega al cocinar y el 15% restante es que se encuentra naturalmente en los alimentos.<sup>54</sup>

Otra vez, entendida la palabra adicción desde un sentido amplio, como modalidad de comportamiento, la sal puede ser también una droga, debido a que tiene varios efectos similares.<sup>55</sup> En este sentido, la investigación hecha por Tekol, demuestra que el consumo de sal cumple con más de tres de los criterios según los que se determina si una sustancia genera dependencia y, por ende, adicción. Entre ellos, menciona que el estudio permitió observar abstinencia, en el sentido de que la sustancia sobre la que se realiza el análisis es tomada para aliviar o evitar los síntomas de la abstinencia. Es decir, que el adicionar más sal se hace, en mayor medida, para eliminar el sabor poco agradable de una dieta sin ella; por otro lado, se corroboró que la ingesta de sal se da en grandes cantidades y durante un período de tiempo más largo de lo previsto. Asimismo, se observó el efecto relativo al deseo persistente del consumo o a los infructuosos intentos de terminar con el uso o, al menos, alivianarlo. Otro de los efectos detectados, y considerados uno de los más importantes para evidenciar la adicción a la sal, es la dificultad de reducir el consumo de sal en personas hipertensas, a pesar de la existencia de intensas campañas de concientización. Lo que muestra esto es que la sustancia se sigue consumiendo a pesar de tenerse conocimiento de que se sufre de una enfermedad que es muy probable que sea causada o aunque sea exacerbada por ese consumo.

Por último, se menciona el hecho de que se comprueba el criterio de la tolerancia, entendido como aquel por el que o bien se empieza a necesitar cantidades marcadamente mayores de la sustancia para lograr el efecto deseado o, por el contrario, un efecto notablemente disminuido

---

<sup>54</sup> “Effects of Excess Sodium,” American Heart Association, accedido el 27 de mayo de 2021, <https://www.heart.org/en/about-us/history-of-the-american-heart-association>.

<sup>55</sup> Yalcin Tekol, “Salt addiction: A different kind of drug addiction,” *Medical Hypotheses* 67, nro. 5 (abril, 2006).

de la sustancia cuando se sigue consumiendo la misma cantidad. Dicho de otra manera, los individuos que se someten a una dieta baja en sodio por un tiempo, luego necesitan menos concentraciones de sodio, mientras que aquellos expuestos a una dieta con suplementos<sup>56</sup> de sodio altos, manifestaron un incremento por la preferencia de sal en sus comidas.

Además de todos los datos aportados previamente, es necesario marcar el rol de los productores de alimentos con respecto a las cantidades de sodio añadidos a los distintos tipos de productos. En este punto, nos parece relevante lo que plantea Michael Moss, al decir que “la adición de sal a los alimentos procesados se ha vuelto una manera de incrementar las ventas y el consumo”<sup>57</sup>, así como también que “los proveedores de los alimentos procesados han ido incrementando un deseo por la sal allí dónde antes no lo había”.<sup>58</sup> Asimismo, los productores no solo ven a la sal como un componente que crea hábitos de consumo, sino también como un ingrediente clave debido a todo lo que puede hacer en este tipo de alimentos, más allá de exaltar el gusto de las comidas. Solo para mencionar un ejemplo, los copos de cereales de maíz tendrían un sabor metálico sin el agregado de componentes basados en sodio; las galletitas serían más amargas y con una textura más acuosa, lo que las haría pegarse al paladar; e incluso se le agrega compuestos de sodio a los alimentos para retardar la aparición de la descomposición bacteriana de los alimentos.<sup>59</sup>

## Capítulo III: Derecho comparado

### 1. Una política pública basada en nudges

En el segundo capítulo de este trabajo se introdujo el concepto de nudge. Se desarrolló la definición dada por los propios “creadores” del término, así como también se puntualizaron

---

<sup>56</sup> Tekol, “Salt addiction”.

<sup>57</sup> Moss, *Salt, Sugar Fat*, 287.

<sup>58</sup> Moss, *Salt, Sugar Fat*, 295.

<sup>59</sup> Moss, *Salt, Sugar, Fat*.

las polémicas que rondan a los nudges, sus ventajas y desventajas. Sin embargo, se concluyó que, si bien puede ser que en la realidad los nudges se alejen un poco del ideal de la definición que dan Thaler y Sunstein, hay razones de peso para elegirlos como un instrumento valioso a la hora de diseñar políticas públicas y normas jurídicas, ya que la relación entre la interferencia en la autonomía de los consumidores y su efectividad, le darían legitimidad suficiente.

Es necesario remarcar esto, ya que una de las principales formas que han adoptado los países para intentar paliar el problema de la obesidad, las ENT y los malos hábitos alimenticios ha sido la implementación de leyes con etiquetados frontales de alimentos, que presenten la información nutricional de manera tal que sea más fácil y rápido para el consumidor detectar el tipo de alimento que tiene frente así, y luego elija si consumirlo o no. Este tipo de política es, efectivamente, una política pública basada en un nudge, ya que es un intento de modificar la conducta de las personas sin prohibirle la opción de consumir determinado alimento, es decir, puede evitar este nudge fácilmente comprando de todos modos el producto, sin que se alteren sus incentivos económicos. Por otro lado, se podría decir, además, que el costo de poner en práctica este modelo es relativamente barato.

En definitiva, el etiquetado frontal de alimentos (en adelante FOP por sus siglas en inglés Front-Of-Pack) lo que busca es simplificar la información que los consumidores deben procesar antes de tomar la decisión de consumo, una decisión que la mayoría de las veces queda comprendida entre el tipo de decisiones que se toman con el Sistema 1.

Dado que existen distintos modelos de etiquetado frontal, y que optar por uno u otro puede tener un impacto distinto en la conducta de los consumidores, con el objetivo de marcar las ventajas, desventajas y el efecto que han tenido sobre las personas, a continuación vamos a desarrollar un análisis comparado de los casos de Chile y Gran Bretaña. Se seleccionaron

estos casos con miras a utilizarlos luego para estudiar el modelo de etiquetado frontal de alimentos que se discute actualmente en el Congreso Nacional.

Antes de comenzar con el análisis en sí de cada caso particular mencionado en el párrafo anterior, es dable mencionar que los diferentes formatos de FOP se pueden clasificar de acuerdo al grado en que estos ayudan a los consumidores a obtener conclusiones respecto de cuán sano son estos. Así, tenemos los sistemas no-directivos, como el de Guía de Cantidades Diarias (GDA por sus siglas en inglés), que solo provee información sobre los nutrientes pero en valores absolutos o en porcentajes respecto de la ingesta diaria recomendada. Por otra parte, existen los sistemas semi-directivos (o de semi advertencia), como por ejemplo el Traffic Light System (en adelante, TLS), que sirven como ayuda interpretativa para clasificar el contenido de nutrientes del producto. A su vez, están los sistemas directivos, que no transmiten información nutricional propiamente dicha, sino que remarcan los productos que cumplen con criterios nutricionales específicos, por ejemplo el Health Star Rating utilizado en Australia, que resalta a los productos saludables basándose en límites predefinidos para nutrientes específicos. Por último, están los sistemas de advertencias, como el chileno, que tampoco brinda información nutricional *per se* del producto, sino que alerta sobre si determinado alimento contiene un alto contenido de los denominados nutrientes críticos.<sup>60</sup>

## **2. Diferentes modelos de etiquetado**

### **A. El caso de Chile: sellos de advertencia**

En el año 2016 entró en vigencia en Chile la llamada Ley de Alimentos, que impuso un modelo basado en octógonos negros con la leyenda “Alto en” para aquellos productos que contengan una cantidad por encima de los límites establecidos por el Ministerio de Salud de

---

<sup>60</sup> Alejandra Arrúa, et. Al., “Warnings as a directive front-of-pack nutrition labelling scheme: comparison with the Guideline Daily Amount and traffic-light systems,” *Public Health Nutrition* 20, nro. 13 (abril, 2017).

Chile de ciertos componentes. Este es un tipo de etiquetado evaluativo de advertencia<sup>61</sup>, y dentro de ellos, es uno que resalta las cualidades negativas del producto. El foco se pone en lo que se conoce como componentes críticos, a saber: grasas saturadas, sodio, azúcar y calorías, tal como se observa a continuación.



Según el Ministerio de Salud de este país, la ley tiene tres ejes principales, en primer lugar, entregar información clara y comprensible al consumidor a través del sello de advertencia recientemente descrito. En segundo lugar, busca asegurar una oferta de alimentos saludables en los establecimientos educativos, ya que dispone que los alimentos que sean catalogados como “alto en”, según los estándares del Ministerio de Salud, no pueden ser comercializados o publicitados dentro de estos establecimientos. Además, la ley incorpora un punto relativo a la educación alimenticia, puesto que los colegios deben incluir, en todos sus niveles y modalidades de enseñanza, actividades didácticas y físicas que contribuyan a desarrollar hábitos de una alimentación saludable y adviertan sobre los efectos nocivos de una dieta excesiva en grasas, grasas saturadas, azúcares, sodio y otros nutrientes cuyo consumo en determinadas cantidades o volúmenes pueden representar un riesgo para la salud.<sup>62</sup>

En tercer lugar, intenta proteger a los menores de catorce años de la sobreexposición a la publicidad, ya que prohíbe la publicidad dirigida a éstos de los alimentos que lleven el sello de advertencia, así como también el uso de estrategias comerciales de venta no relacionados

<sup>61</sup> María Eugenia Rul, “Sistemas de etiquetado nutricional frontal: Análisis desde la arquitectura de elección y la Economía Experimental,” (Maestría en Economía, Universidad Nacional del Sur, 2019).

<sup>62</sup> Art. 6, Ley de Alimentos N° 20.606, Chile. 2016

con la promoción propia del producto, tales como juguetes, accesorios, adhesivos, incentivos u otros similares.<sup>63</sup>

Esta decisión adoptada por el Poder Legislativo chileno tuvo como objetivo enfrentar el problema de obesidad y las ENT relacionadas con la mala alimentación y el diseño de la ley tomó en cuenta, además del contexto epidemiológico local, la evidencia científica sobre el tema y las distintas recomendaciones de organismos internacionales. Por mencionar alguna de ellas: el hecho de que la evidencia global coincide en que entre los principales factores que contribuyen a la obesidad se encuentra la oferta de alimentos densos energéticamente, que se caracterizan por ser más económicos y por tener mejor distribución y marketing.<sup>64</sup> A su vez, el Ministerio de Salud de Chile, en un informe sobre el resultado de la ley, advierte que la OMS ha comunicado que la obesidad infantil es resultado de la exposición al entorno obesogénico en el que se desarrollan los menores. En este sentido, según palabras del ministerio chileno,

[I]a Ley de Alimentos aborda aquellos factores del entorno, que influyen en la elección de una alimentación más saludable sobre todo en los niños, niñas y adolescentes, tales como la información nutricional de los productos, la publicidad de éstos y la disponibilidad de alimentos en el entorno escolar.<sup>65</sup>

Al haber sido Chile el primer país en utilizar este modelo de etiquetado frontal, no existía en aquel momento experiencia previa en el uso de un sistema puramente de advertencia, por lo que tuvieron que trabajar en diseñar esta nueva alternativa. Para hacer esto, recurrieron a revisar las críticas de la academia en cuanto a etiquetados frontales en general, opiniones de expertos, y ciertos estudios experimentales para poder medir cuál de los posibles diseños

---

<sup>63</sup> Art. 7 y 8, Ley de Alimentos N° 20.606, Chile, 2016.

<sup>64</sup> Jaithri Ananthapavan et al., “Assesing Cost-effectiveness of Obesity Prevention Policies in Australia,” *Deakin Health Economics, Deakin University* (2018), 1.

<sup>65</sup> “Hoja Informativa. Evaluación Ley de Alimentos 20.606,” Ministerio de Salud de Chile, accedido el 20 de marzo de 2021, [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).

dentro de los modelos de advertencia tendría mejor impacto en los procesos de toma de decisiones de los consumidores. A lo que nos referimos es a la ubicación del logo de advertencia, los colores y el grosor de las letras, el mensaje, entre otros.

Con relación a este último punto, es decir, al mensaje de advertencia a utilizar, las variantes que se barajaban eran “peligro”, que fue considerada como muy fuerte para usarse en alimentos, “advertencia”, que fue la preferida entre madres y adolescentes, según un estudio realizado por la BMC Public Health. A su vez, en este mismo trabajo se menciona que los expertos prefirieron la frase “exceso de” por sobre “alto en”, debido a que esta última ya es usada como mensaje positivo para la salud en otros alimentos.<sup>66</sup>

Luego de haber descrito el modelo que finalmente se utilizó en Chile, es momento de analizar uno de los puntos más importantes en lo que hace a la aplicación de una política pública como ésta, que es el impacto que ha tenido sobre los consumidores y el mercado de alimentos. En este sentido, en el país trasandino se han evaluado diferentes aspectos respecto de implementación del etiquetado, desde el nivel de cumplimiento, hasta las percepciones, valoraciones, comprensión de la información nutricional y los cambios en las conductas en las elecciones de compra de los consumidores.

En primer lugar, surge de estudios realizados en aquel país por parte del Instituto de Nutrición y Tecnología de Alimentos, la Universidad de Chile, en conjunto con la Universidad Diego Portales y la Universidad de Carolina del Norte de EE.UU, que a julio del 2019, había disminuido un 14% la compra de cereales para el desayuno, un 25% la compra de bebidas azucaradas y un 17% la compra de postres envasados. Por otra parte, también se observó una reducción promedio de entre un 46 y 62% de exposición de publicidad de alimentos en niños preescolares y adolescentes. Además, se reportó una mejora del 30% en la

---

<sup>66</sup> Solo para nombrar un ejemplo, la expresión “alto en calcio”, “alto en vitamina D”, etc.

identificación de alimentos saludables por parte de las madres y niños evaluados, una reducción de un promedio del 25% de azúcares en las categorías de alimentos que analizó el estudio y una reducción promedio de entre un 5 y 10% de sodio.<sup>67</sup>

En cuanto a las valoraciones, percepciones y cambios en la conducta que se ha reportado de la población chilena, el Informe de Evaluación de la implementación de la ley sobre composición nutricional de los alimentos y su publicidad, identificó una alta valoración y comprensión de la política pública, a la que han calificado en un promedio de 5.7 y 6.2 en una escala de 1-7. En adhesión, el 92,9% de las personas entrevistadas por la investigación declararon entender la información contenida en los sellos. A su vez, un 48% confirmó que evalúa la presencia de sellos o no en los productos a la hora de comprar y entre quienes hacen esto, un 79,1% declaró que éstos influyen sobre su compra.<sup>68</sup>

Por supuesto que este modelo no es libre de argumentaciones en contra, es por esto resulta necesario traer a colación las principales críticas que sufre el etiquetado frontal de advertencia con un diseño como el adoptado en Chile. En primer lugar, se suele mencionar que es un modelo punitivo, que demoniza ciertos alimentos y que genera temor en sus consumidores. Los que esbozan este tipo de críticas marcan que el diseño genera lo mencionado en los consumidores, al tener el fondo negro y mensajes negativos, que demonizan a los alimentos. Sostienen que ningún alimento es “malo” en sí mismo, y que un

---

<sup>67</sup> Lindsey Taillie Smith et.al., “An evaluation of Chile’s Law of Food Labeling and Advertising on sugarsweetened beverage purchases from 2015 to 2017: A before-and-after study,” PLoS Med 17, nro. 2 (febrero, 2020): 1-24.

<sup>68</sup> “Informe de evaluación de la implementación de la Ley sobre Composición Nutricional de los Alimentos y su Publicidad,” Ministerio de Salud de Chile, accedido el 18 de febrero de 2021: <https://www.minsal.cl/wp-content/uploads/2018/05/Informe-Implementación-Ley-20606-febrero-18-1.pdf>.



etiquetado como este solo impactará en una parte del problema, que es la de los excesos en los nutrientes críticos.<sup>69</sup>

A su vez, se señala la presencia de una especie de doble discurso, ya que hay ciertos alimentos que son recomendados en las guías diarias, pero, al mismo tiempo, los consumidores se encontrarán en las góndolas del supermercado con que estos alimentos tendrán uno o más sellos negros. Un ejemplo brindado por el nutricionista Sergio Britos, es el caso del queso, que suele integrar las recomendaciones sobre alimentación, ya que se encuentra dentro de los lácteos, pero que con un modelo de etiquetado como este, tendrá, muy probablemente, dos sellos negros. Esto, se argumenta, generará confusión en los consumidores, lo que podría llevarlos a tomar decisiones no deseables en cuanto a la construcción de sus dietas.

Otra de las críticas que se le ha hecho a este sistema es que va a producir un efecto de acostumbramiento en los consumidores, es decir, que tal vez tenga un impacto en un primer momento, pero que a largo plazo el consumidor va a terminar normalizando la presencia de sellos negros en los alimentos. Esto pasará justamente por la misma manera de comportarse de las personas, por su inclinación por el *statu quo* y por las heurísticas que usa nuestra mente al tomar decisiones. En otras palabras, se argumenta que, al ser tan exigente este sistema, casi todos los productos contendrán algún sello, por lo que a los consumidores dejará de impactarle y lo elegirán igual, “total todo es negro”.

---

<sup>69</sup> Opinión de Sergio Britos en: Javier Firpo, “Ley de etiquetado de alimentos: críticas y apoyos a los sellos negros que aprobó el Senado,” *Clarín*, 30 de octubre de 2020, [https://www.clarin.com/sociedad/ley-etiquetado-criticas-sellos-negros-aprobo-senado\\_0\\_aP9c4nvF.html](https://www.clarin.com/sociedad/ley-etiquetado-criticas-sellos-negros-aprobo-senado_0_aP9c4nvF.html); Sergio Britos, “Más cerca de una alimentación saludable: en qué consiste el proyecto de ley de etiquetado frontal en la Argentina,” *Infobae*, 27 de abril de 2017, <https://www.infobae.com/salud/2021/04/27/mas-cerca-de-una-alimentacion-saludable-en-que-consiste-el-proyecto-de-ley-de-etiquetado-frontal-en-la-argentina/>; Mónica Katz, “Etiquetado frontal negro: qué significa y qué implica para la alimentación de los argentinos,” *Infobae*, 11 de septiembre de 2020, <https://www.infobae.com/tendencias/2020/09/11/etiquetado-frontal-negro-que-significa-y-que-implica-para-la-alimentacion-de-los-argentinos/>.

Asimismo, uno de los argumentos más usados por la industria alimenticia para ir contra este tipo de etiquetados es la falta de suficiente evidencia empírica que respalde el impacto en los consumidores. En este sentido, podemos citar la reflexión que hizo Mónica Katz, experta en nutrición en nuestro país, en la que menciona que “en Chile (...) hubo un impacto en cantidad de ventas pero eso no indica nada, ya que a veces la persona no compra eso y compra otras cosas que tampoco son saludables”.<sup>70</sup>

Por último, una de las principales críticas a este tipo de etiquetados es su extrema simplicidad. Como toda la evaluación nutricional del producto se reduce a la presencia o no de un sello, esto puede llevar a los consumidores a tomar decisiones equívocas, incluso generándose un efecto halo, ya que las personas podrían subestimar algunas cualidades nutricionales de los alimentos, al no estar éstas presentes en la etiqueta.<sup>71</sup>

## **B. Caso Gran Bretaña: Traffic Light System**

En 2013 el Ministerio de Salud de Gran Bretaña, luego de un exhaustivo trabajo de *research*, recomendó el uso del semáforo múltiple como sistema de etiquetado frontal de alimentos. Es dable destacar que este sistema es voluntario, es decir, si bien ha sido utilizado por la mayoría de los fabricantes de alimentos, éstos no están obligados a incluirlo en los envases de los productos que comercializan.

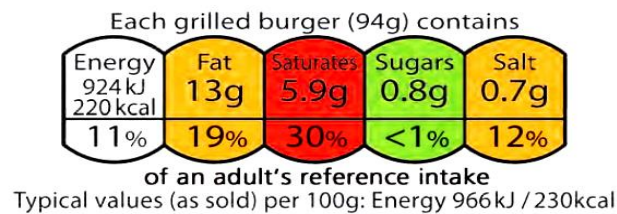
En cuanto a las características que describen a este modelo, podemos mencionar que es un sistema codificado por colores, en el que a simple vista el consumidor puede observar si determinado producto tiene un alto (color rojo), medio (color amarillo) o bajo (color verde) contenido de grasas, grasas saturadas, sodio y azúcar; además, la etiqueta incluye el total de

---

<sup>70</sup> Katz, “Etiquetado frontal negro”.

<sup>71</sup> Andrews et al., 2011; Brian Roe, Alan S. Levy y Brenda M. Derby, “The Impact of Health Claims on Consumer Search and Product Evaluation Outcomes: Results from FDA Experimental Data,” *Journal of Public Policy & Marketing* 18, nro. 1 (1999); J. Craig Andrews, Richard G. Netemeyer y Scot Burton, “Consumer Generalization of Nutrient Content Claims in Advertising,” *Journal of Marketing* 62, nro. 4 (octubre, 1998); Chandon, P. y Wansink, B., 2007.

energías que brinda el alimento. En otras palabras, el modelo seleccionado por Gran Bretaña combina el modelo Guías Diarias de Alimentación, ya que provee información nutricional del porcentaje de ingesta de referencia, al mismo tiempo que usa un tipo de advertencia a través de los colores del semáforo, tal como se puede apreciar en la imagen siguiente:



Para sintetizar y dejar en claro, lo que el Ministerio de Salud de Gran Bretaña estableció que debe contener la etiqueta es lo siguiente: valor energético en kilojulios (kJ) y kilocalorías (kcal) por 100 g/ml en una porción determinada del producto; cantidad de nutrientes en gramos de grasa, grasas saturadas, azúcares (totales) y sal en base a una porción específica del producto; información sobre el tamaño de las porciones expresada de una manera que sea fácilmente reconocible y significativa para el consumidor; porcentaje de ingesta de referencia para adultos, basado en la cantidad de cada valor nutritivo y energético en una porción del alimento o bebida; y codificación por colores del contenido de nutrientes de la comida o bebida.<sup>72</sup> El criterio para determinar esto último, es decir, el color a asignar para cada nutriente fue determinado por la FSA.<sup>73</sup>

En cuanto al impacto que esta medida ha tenido en las decisiones de compra de productos alimenticios en los ciudadanos, diferentes estudios se han realizado para intentar medirlo.<sup>74</sup>

<sup>72</sup> “Front-of-pack nutrition labelling in the UK: building on success,” Department of Health & Social Care, accedido el 11 de junio de 2020, <https://www.gov.uk/government/consultations/front-of-pack-nutrition-labelling-in-the-uk-building-on-success>.

<sup>73</sup> Ingrid Borgmeier y Joachim Westenhoefer, “Impact of different food label formats on healthiness evaluation and food choice of consumers: a randomized-controlled study,” *BMC Public Health* 9, nro. 1 (junio, 2009).

<sup>74</sup> M. Cecchini y L. Warin, “Impact Of Food Labelling Systems On Food Choices And Eating Behaviours: A Systematic Review And Meta-Analysis Of Randomized Studies,” *Obesity Reviews*, 17, nro. 3 (2016). ; Ducrot, P., Méjean, C., Julia, C., Kesse-Guyot, E., Touvier, M., Fezeu, L. K., Péneau, S. “Objective Understanding of Front-of-Package Nutrition Labels Among Nutritionally At-Risk Individuals,” *Nutrients*, 7, nro. 8 (2015); Leandro Machín, Jessica Aschemann-Witzel, María Rosa Curutchet, Ana Giménez, Gastón Ares,

En este sentido, se ha intentado identificar el nivel de entendimiento del modelo TLS, así como también el efecto que ha tenido en referencia a cuánto ha modificado las dietas de los ciudadanos, haciendo que baje la ingesta de calorías. Para ponerle número a este impacto, es posible mencionar el estudio llevado a cabo por el Ministerio de Salud británico, según el cual el 80% de los encuestados dijo que presta atención al etiquetado frontal, mientras que el restante 20% declaró nunca hacerlo.

A su vez, el trabajo observó que la gente que sí prestó atención al etiquetado terminó con una canasta de productos con menor cantidad de calorías, menos azúcar, grasa y sodio y más cantidad de fibra alimentaria.<sup>75</sup> Además, el 69% de los participantes concordaron en que el etiquetado frontal le fue útil para intentar elegir productos que lleven a una dieta más sana. Por otra parte, un dato importante que brinda este estudio es que reportó qué componentes de la etiqueta fueron los más importantes para los consumidores y, al mismo tiempo, cuáles fueron los menos útiles. Información relevante a la hora de analizar la comparación de modelos que se realizará en párrafos siguientes.

Efectivamente, son varios y diversos los estudios que muestran un impacto positivo de un etiquetado frontal como el TLS incluso mencionándolo como el más efectivo.<sup>76</sup> Sin embargo, es necesario mencionar algunas limitaciones de estos estudios que pueden llegar a ser significativos. En primer lugar, existen hoy en día pocos estudios que comparen un sistema como el TLS usado en Gran Bretaña con un modelo de advertencia con logos como el de Chile, ya que la mayoría de los estudios que arroja que el modelo británico es el más efectivo, lo compara con otros tipos de etiquetados con información nutricional, o con el sistema GDA.

---

“Traffic Light System Can Increase Healthfulness Perception: Implications for Policy Making,” *Journal of Nutrition Education and Behavior* 50 (2018).

<sup>75</sup> Department of Health & Social Care, “Front-of-pack nutrition labelling in the UK,” 13.

<sup>76</sup> Cecchini; Machín et.al; Siegrist, Michael Siegrist, Rebecca Leins-Hess y Carmen Keller, “Which front-of-pack nutrition label is the most efficient one? The results of an eye-tracker study,” *Food Quality and Preference* 39 (2015); Ducrot et.al.; Ingrid Borgemeire, y Joachim Westenhoefer, “Impact of different food label formats on healthiness evaluation and food choice of consumers: a randomized-controlled study,” *BMC Public Health* 9, nro. 1 (junio, 2009).

Es más, incluso el Ministerio de Salud británico en 2020 decidió realizar una consulta popular en la que se introdujo justamente un apartado para que la ciudadanía opine sobre sistemas de etiquetado adoptados en otros países, entre ellos el de Chile. Lo que muestra un interés sobre el posible impacto que un diseño con sellos podría tener en las decisiones de compra de productos alimenticios y, por ende, en el armado de las dietas de las personas, incluso en un país en el que ya se ha adoptado un sistema que cuenta con más años de puesta en práctica y con más evidencia empírica acerca de su funcionamiento.

En cuanto a las críticas realizadas a este sistema, una de las más extendidas es que un modelo como el TLS puede generar confusión en los consumidores a la hora de llevar a cabo sus decisiones de compra. Esto debido a que como el producto suele tener más de un color, tal como se observa en la etiqueta de más arriba, las personas pueden tener dificultades para determinar si realmente el alimento es saludable o no. En este sentido, es esperable que un producto que contenga en su etiqueta mayormente “luces” verdes, será considerado como saludable por la mayoría de la población, pero el problema es que esto no siempre será así necesariamente. Un ejemplo claro es el de la Coca-Cola, en la imagen del costado se puede observar que la etiqueta que lleva una lata de esta gaseosa contiene la mayoría de “luces” verdes, aunque probablemente muy poca gente considere a esta bebida como saludable.



Siguiendo con lo anterior, el problema es que en el caso de la Coca-Cola tal vez poca gente se vea confundida sobre su salubridad, porque es un producto conocido mundialmente y sobre el que hay mucha información al respecto. Sin embargo, esta misma situación se podría replicar con alimentos no tan conocidos, por lo que una persona sin demasiado tiempo o conocimiento sobre el producto, podría concluir que las “luces” verdes cancelan el impacto

de una roja y, por ende, el alimento se convierte en saludable, lo que llevaría a decisiones de compra erróneas.<sup>77</sup>

Una crítica que se repite en general respecto de los etiquetados frontales, pero en especial en cuanto al TLS es el hecho de que la mayoría de los productos tienen aunque sea una “luz” roja en su etiqueta, lo que podría llevar a una baja en las ventas, ya que se entiende que los productores tienen poco margen de maniobra para reformular los productos a los fines de poder obtener una luz verde o aunque sea amarilla.

Por otra parte, un argumento adicional en contra de este sistema, realizado por la industria alimenticia, pero también por ciertos gobiernos que se rehúsan a adoptar un etiquetado como el TLS<sup>78</sup>, es el hecho de que se lo ve como una herramienta ineficaz para promover un estilo de vida saludable ya que para lograr ese objetivo el foco debería estar en una dieta equilibrada más que en la cantidad de un determinado ingrediente en un producto.

Otra crítica contra este sistema es su ineficacia para comparar alimentos de la misma categoría. Debido a que el modelo solo se enfoca de manera negativa en los nutrientes, en el caso de que varios alimentos similares cuenten con una misma combinación de colores, el sistema no provee ningún tipo de recomendación.<sup>79</sup>

En esta misma línea, Tarabella y Voinea señalan que el TLS no brinda tampoco ninguna indicación sobre la frecuencia con la que se deben consumir los alimentos en una dieta sana. A su vez, mencionan que en un estudio realizado por Chandon y Wasnik se resalta que “los consumidores que eligen alimentos saludables de acuerdo con las etiquetas nutricionales,

---

<sup>77</sup> Josie Burt, “Why the traffic light system can be misleading,” *S4RB* (abril 2019) <https://blog.s4rb.com/why-the-traffic-light-system-can-be-misleading>

<sup>78</sup> Liz Newmark, “Seven EU states oppose British traffic light labeling,” *Food Navigator*, 21 de marzo de 2016,

<sup>79</sup> Angela Tarabella y Leila Voinea, “Advantages and limitations of the Front-Of-Package Labeling systems in guiding the consumers’ healthy food choice,” *Amifiteatru Economic* 15 (2013).



están dispuestos a compensar la elección con una especie de indulgencia, produciendo un impacto negativo en términos de ingesta dietética”.<sup>80</sup>

Por último, es dable remarcar que el modelo utilizado en Gran Bretaña es uno de los tantos tipos de TLS que pueden existir, y que se diferencian en cuanto a información nutricional que se brinda en el etiquetado y la combinación de ello con los distintos formatos de logo. A continuación se muestra gráficamente un rango de posibilidades de estas combinaciones:



Fuente: María Eugenia Rul

### 3. Reflexiones respecto de ambos modelos

Al ya haber plasmado en los apartados anteriores las principales características, críticas y el impacto que los modelos de etiquetado analizados han tenido, se considera de importancia realizar una breve reflexión que intente resumir comparativamente ambos modelos.

En este sentido, es posible indicar que mientras el modelo de advertencia chileno emerge como el más simple y, por ende, tal vez más fácil de comprender, al mismo tiempo se debe marcar que si bien esa simpleza es positiva, la falta de algún tipo de información adicional puede no llevar a los resultados deseados. Por el contrario, el TLS sí contiene información sobre los nutrientes críticos respecto del alimento en cuestión, pero su presentación se suele presentar como un tanto problemática para los consumidores, ya que al tener diversos colores en una misma etiqueta, parece no terminar de quedar claro si el alimento es saludable o no, lo

<sup>80</sup> Tarabella y Voinea, “Advantages and limitations of the Front-Of-Package Labeling,” 202.

que lleva a que sea el propio consumidor el que realice esa tarea. Al hacer esto, la persona a la hora de tomar la decisión de compra se verá influenciada por los mencionados sesgos y heurísticas que presenta su mente, que tal vez lo lleven a compensar unos nutrientes con otros o auto convencerse de que lo que se elige no es tan malo para su salud, por lo que tampoco el objetivo se vería logrado.

A su vez, a partir del análisis de diversos estudios sobre el impacto del etiquetado frontal es dable mencionar que el impacto de un etiquetado frontal como alguno de los estudiados, también puede depender de las características personales de las personas. En este sentido, el uso del etiquetado frontal, es decir, el hecho de que efectivamente la persona le preste atención a la hora de comprar está relacionado al interés de esa persona en tener una dieta saludable, mientras que, por otro lado, el entendimiento de la información nutricional inserta en las etiquetas suele estar mayormente relacionada al conocimiento que se tenga sobre nutrición y, suele pasar que las personas con menores recursos sean las que menos comprensión logren tener. Lo que puede derivar en un círculo vicioso.<sup>81</sup>

## Capítulo IV: El proyecto argentino

En Argentina actualmente se encuentra en comisión para ser tratado luego por la Cámara de Diputados de la Nación un Proyecto de Ley de Promoción de Alimentación Saludable (en adelante “el Proyecto”). Este Proyecto ya cuenta con media sanción de la Cámara de Senadores y, tal como se viene discutiendo en este trabajo, tiene como objetivo principal la colocación de etiquetas en la parte delantera de los productos con excesos de azúcares, grasas saturadas y totales, calorías y sodio, así como también cierta regulación publicitaria en cuanto a este tipo de alimentos, sobre todo cuando ésta tiene como objetivo a los niños.

---

<sup>81</sup> Klaus G. Grunert, Josephine M. Wills y Laura Fernández-Celemín, “Nutrition knowledge, and use and understanding of nutrition information on food labels among consumers in the UK,” *Appetite* 55, nro. 2 (mayo, 2010).



Se podría situar este Proyecto dentro del marco regulatorio de defensa del consumidor, ya que son éstos a los que se dirige e intenta advertir, con el fin de lograr que la sociedad tenga una dieta más saludable y, de esa manera, poder combatir los problemas de obesidad y ENT a los que se enfrenta el país. En este sentido, también se tiene que considerar que entran en juego cuestiones de salud pública.

Ahora bien, antes de adentrarnos en algunas características principales del Proyecto, es necesario mencionar que en el ordenamiento jurídico argentino la defensa del consumidor tiene jerarquía constitucional, ya que el art. 42 de nuestra Carta Magna dispone:

[l]os consumidores y usuarios de bienes y servicios tienen derecho, en la relación de consumo, a la protección de su salud, seguridad e intereses económicos; a una información adecuada y veraz; a la libertad de elección, y a condiciones de trato equitativo y digno.

Las autoridades proveerán a la protección de esos derechos, a la educación para el consumo, a la defensa de la competencia contra toda forma de distorsión de los mercados, al control de los monopolios naturales y legales, al de la calidad y eficiencia de los servicios públicos, y a la constitución de asociaciones de consumidores y de usuarios (...)<sup>82</sup>

Este artículo contempla tanto la protección de la salud de los consumidores en la relación de consumo, así como también sus derechos a una información adecuada y veraz, junto con la premisa de la libertad de elección. Estas últimas tres características se relacionan directamente con lo analizado en el primer capítulo de este trabajo, cuando se mencionó que la forma en que se presenta la información es un factor relevante y que, además, cuando hablamos de las políticas públicas en base a nudges, la libertad de elección juega un rol central.

---

<sup>82</sup> Constitución Nacional, Art. 42.

Por otra parte, por supuesto que la Ley de Defensa del Consumidor es el otro instituto jurídico más importante del ordenamiento argentino en cuanto a la protección de los consumidores.

Ahora bien, el objetivo de este capítulo es poder dar cuenta de las principales características del Proyecto argentino, para luego en el siguiente capítulo lograr esbozar una propuesta que ayude a mejorar la idea del etiquetado frontal de alimentos a futuro.

Como se mencionó en los párrafos anteriores, el mismo Proyecto deja en claro que busca promover la toma de decisiones consciente a través de brindar información clara, oportuna y veraz. Asimismo, advertir sobre los excesos de los nutrientes críticos y prevenir los problemas de malnutrición y ENT que se derivan de la mala alimentación.

El Proyecto que aprobó Senadores dispone que los alimentos que contengan exceso de alguno de los ingredientes críticos deberán llevar en la cara frontal del paquete un sello por cada nutriente en exceso. Específicamente, la frase escogida por los legisladores argentinos fue “Exceso en...”. Por otra parte, y a diferencia de los modelos analizados en el capítulo anterior, el Proyecto argentino añade que en caso de contener edulcorantes o cafeína, el envase debe contener una leyenda abajo del sello del estilo: “contiene edulcorante/cafeína. Evitar en niños/as”.

En cuanto a las características del sello, este deberá ser un octógono negro con borde y letras mayúsculas en blanco y de un tamaño que nunca podrá ser inferior al 5% de la superficie total del paquete. Además, se aclara que los sellos no podrán estar cubiertos en forma parcial ni total. Y se deja a cargo de la autoridad de aplicación la determinación de los tamaños que tendrá que tener cada sello cuando el paquete tenga menos de 10 centímetros cuadrados y contenga más de un sello.

Siguiendo con la información que deberán contener los alimentos, se incorpora el deber de declarar contenido de azúcares en el rotulado nutricional de los alimentos envasados. Esto es innovador, ya que deberán revelar esta información todos los alimentos, no solo aquellos que contengan este ingrediente en exceso.

Por otro lado, el Proyecto determina las prohibiciones, es decir, lo que no podrán contener los envases. Entre éstas se encuentra la información nutricional complementaria y logos o frases que avalen el producto emitidas por entidades científicas u otras instituciones. Así, se apunta al objetivo de evitar la confusión de los consumidores. A su vez, también se prohíbe la incorporación de personajes infantiles, dibujos animales, celebridades o mascotas en los envases, ya que esto podría llevar a que la asociación entre el personaje y el alimento confunda a quien consume y de lugar a considerar positivo o beneficioso el consumo de un alimento que puede ser no recomendable para una dieta saludable.<sup>83</sup>

Otro de los puntos centrales del Proyecto es la regulación de la publicidad de este tipo de productos. Se podría decir que es rigurosa en general y especialmente cuando está dirigida a niños, niñas y adolescentes. En éste último caso la prohibición es total, ya que

[s]e prohíbe toda forma de publicidad, promoción y patrocinio de los alimentos y bebidas analcohólicas envasados, que contengan al menos (1) sello de advertencia que esté dirigida especialmente a niños, niñas y adolescentes.<sup>84</sup>

Respecto de los demás casos de publicidad, el mismo artículo establece que no se pueden resaltar declaraciones nutricionales complementarias que destaquen algún aspecto positivo del producto, reitera la prohibición de incluir personajes y celebridades y, también prohíbe la promoción o entrega a título gratuito del producto.

---

<sup>83</sup> En Economía del Comportamiento se denomina “efecto halo” al sesgo cognitivo por el cual las personas humanas tendemos a asociar positivamente todo lo que rodea a un personaje o persona famosa que admiramos, respetamos o idolatramos. La publicidad y el marketing toman ventaja del efecto halo a través de la contratación de celebridades y el uso de la imagen de personajes infantiles para promocionar productos de toda índole

<sup>84</sup> Senado de la Nación Argentina. Proyecto de ley “Promoción de la alimentación saludable”, Art. 9.

A su vez, el Proyecto prevé dos artículos destinados a la educación nutricional y los entornos escolares. En este sentido, dispone que el Consejo Federal de Educación deberá promover que en los planes escolares se incluyan ciertos contenidos de alimentación nutricional, para promover buenos hábitos alimenticios y prevenir sobre los efectos negativos de una mala alimentación. Por su parte, en cuanto a los entornos escolares, se prohíbe que los alimentos y bebidas que contengan al menos un sello de advertencia, sean comercializados o promocionados en los establecimientos escolares de nivel primario y secundario.

Por último, el Proyecto se encarga de determinar la autoridad de aplicación de la ley, sus facultades, y prevé sanciones para el caso de incumplimiento. Puntualmente, el artículo 15 determina las sanciones para quienes no cumplan con la ley, en donde básicamente remite a las establecidas en el Capítulo III del Título IV del decreto 274/2019, de Lealtad Comercial.

Hasta aquí, las principales disposiciones del Proyecto que se encuentra en tratamiento actualmente en el Congreso de la Nación. En el capítulo siguiente, y a partir de esta información, se pretende poder hacer un análisis crítico y brindar una propuesta que ayude a mejorar a futuro el impacto de una ley de las características de la proyectada.

## **Capítulo V: Propuesta y reflexiones finales**

Si se consideran los diversos estudios científicos que dan cuenta sobre los efectos nocivos y generación de dependencia derivados del consumo de ciertos nutrientes críticos en exceso, así como también los estudios del comportamiento que explican de qué manera los sesgos cognitivos afectan nuestra capacidad de decisión racional, resulta evidente la importancia de una ley de etiquetado frontal de alimentos.

La presentación actual de la información nutricional en las etiquetas de los productos elaborados agrava la situación, contribuye en general a la confusión de quien toma decisiones

de consumo, al ser muy difícil de notar e interpretar. En este sentido, es clave la pregunta de qué pasaría si el consumidor supiese realmente lo que está eligiendo, es decir, si las decisiones de compra de productos alimenticios fueron efectivamente libres e informadas, tal como se exige en nuestro ordenamiento jurídico.

Ahora bien, una vez aclarado lo anterior, es necesario marcar algunas deficiencias del proyecto actualmente en debate, con el objetivo de realizar un aporte en miras a alcanzar la finalidad buscada de promover el consumo saludable en toda la población.

En este sentido, se debe remarcar que lo que aquí se plantea como un posible aporte es la importancia de prever, en la ley, mecanismos para medir su impacto en el corto, mediano y largo plazo, así como también instancias de revisión permanente de acuerdo a los resultados de dicha medición de impacto. ¿Por qué se plantea esto? Porque más allá de los propósitos de la ley, las etiquetas pueden tener un efecto indeseado, a causa, justamente de una interpretación sesgada de éstas. Podría ocurrir que ciertas personas dejen de consumir alimentos con etiquetas que, en realidad, en alguna proporción, sean necesarios para su nutrición. No todos somos iguales y no todos necesitamos las mismas cantidades de ciertos nutrientes que componen los alimentos. Además, podría ocurrir que se generen errores de interpretación sobre las bondades o beneficios de productos que no se etiquetan - por ejemplo, productos frescos-, entre otros. Así como también es una posibilidad que no haya impacto alguno en la conducta de los consumidores a partir del etiquetado, lo que es igualmente relevante de medir.

En otro orden, es posible prever que las etiquetas tengan un fuerte impacto inmediatamente después de su entrada en vigencia, pero que ese impacto se diluya completamente con el paso del tiempo, porque los consumidores se acostumbren, o las naturalicen, y no les prestan debida atención. En este punto, no puede dejarse de lado el hecho de que se está regulando el

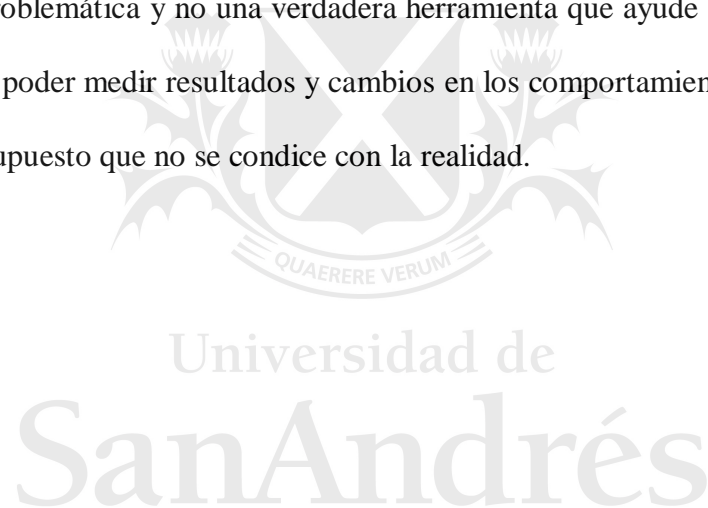
mercado alimenticio que es muy dinámico. Pero, además, que se pretende influir en el comportamiento de los consumidores. Y sancionar una ley puede no ser suficiente para modificar la conducta de quienes consumen. No sólo eso: la ley puede generar un efecto contrario al que se perseguía con su sanción. Luego, la única forma de conocer si la norma efectivamente cumple con el objetivo buscado es medir empíricamente su impacto, de manera constante. Y, al mismo tiempo, prever mecanismos institucionales de revisión de manera tal de poder modificar la norma, de un modo ágil, en la medida que resulte necesario.

Por otra parte, un Proyecto como el que actualmente se encuentra en debate, requiere de medidas complementarias para evitar que las etiquetas, en sí mismas, generen errores o confusiones en los consumidores. Se reconoce que el Proyecto prevé promover la educación alimentaria nutricional, pero se debería también poner el foco en educar sobre las etiquetas en sí, en su significado e implicancias.

En conclusión, lo que se buscó en este trabajo es poner de relieve un problema real, que afecta a los consumidores día a día, vinculado a la mala alimentación. Se presentó información sobre la existencia de pruebas de los efectos nocivos asociados al consumo en exceso de los nutrientes críticos. Y se presentaron también los aportes de los estudios del comportamiento que demuestran cómo los sesgos cognitivos afectan la mayoría de nuestras decisiones y, asimismo, permiten entender cómo la conducta de los consumidores puede ser fácilmente manipulada.

Todo esto para poner en contexto y analizar de manera adecuada el Proyecto de Ley de Etiquetado Frontal que se encuentra actualmente en debate en Argentina, identificar sus ventajas y puntos débiles, así como también exponer que existen otros modelos en el Derecho Comparado.

Así las cosas, se concluye que el cambio es necesario, las pruebas están a la vista. Sin embargo, debe remarcarse que existe una tendencia a asumir que con el etiquetado frontal se solucionan muchos o todos los problemas de información y mala alimentación.<sup>85</sup> Y que esa idea resulta, cuanto menos, ingenua. En primer lugar, porque la sola sanción de la ley y su entrada en vigencia, no garantiza que se logre el impacto buscado. Al contrario, puede no sólo carecer de impacto, sino también generar efectos indeseados. Luego, se requiere prever estrategias institucionales para medir su impacto, de manera periódica y, asimismo, diseñar mecanismos de revisión que resulten ágiles y eficaces. Lamentablemente, nada de esto se prevé aún en el Proyecto bajo análisis, lo que podría llevar a que la misma ley sea un etiquetado de la problemática y no una verdadera herramienta que ayude a los consumidores. La importancia de poder medir resultados y cambios en los comportamientos ayudará a evitar legislar sobre un supuesto que no se condice con la realidad.



---

<sup>85</sup> Por ejemplo, existen artículos de doctrina de autores argentinos elogiosos para con el Proyecto, se lo asume casi como una solución y nada se menciona sobre la necesidad de medir empíricamente su impacto y la posibilidad de distintos resultados, algunos alejados de los deseados. Julieta Trivisonno, “Derecho a la alimentación adecuada y Derecho del Consumidor,” *Revista de Derecho del Consumidor*, nro. 10 (abril, 2021); Julieta Trivisonno, “El derecho a la alimentación saludable: información al consumidor y etiquetado frontal de alimentos,” *Jurisprudencia Argentina, Dossier de Derecho del Consumidor*, III (julio, 2021).

## Bibliografía:

- Aciarri, Hugo, Andrea, Castellano y Pamela Tolosa. “Análisis económico del Derecho del Consumidor.” Tratado de derecho y economía, tomo III. Buenos Aires: La Ley, 2013: 1011-1090.
- Aciarri, Hugo, Andrea, Castellano y Pamela Tolosa. *Derecho, Economía y Ciencias del Comportamiento*. Buenos Aires: SAIJ, 2018.
- Akerlof, George y Shiller, Robert. *Phishing for Phools*. Nueva Jersey: Princeton University Press, 2015.
- American Heart Association. “Effects of Excess Sodium.” Accedido el 27 de mayo de 2021. <https://www.heart.org/en/about-us/history-of-the-american-heart-association>.
- Andrews, Craig J., Richard G. Netemeyer y Scot Burton. “Consumer Generalization of Nutrient Content Claims in Advertising.” *Journal of Marketing* 62, nro. 4 (octubre, 1998): 62-75.
- Ananthapavan, Jaithri., Gary Sacks, Vicki Brown, Marj Moodie, Phuong Nguyen, Jan Barendregt, Lennert Veerman, Ana María Mantilla Herrera, Anita Lal, Anna Peeters y Rob Carter. “Assesing Cost-effectiveness of Obesity Prevention Policies in Australia.” *Deakin Health Economics, DeakinUniversity* (2018): 10-110.
- Arrúa, Alejandra., Leandro Machín, María Rosa Curutchet, Joseline Martínez, Lucía Antúnez, Florencia Alcaire, Ana Giménez y Gastón Ares. “Warnings as a directive front-of-pack nutrition labelling scheme: comparison with the Guideline Daily Amount and traffic-light systems.” *Public Health Nutrition* 20, nro. 13 (abril, 2017): 2308-2317.
- Avena, Nicole M., Pedro Rada y Bartly G. Hoebel. “Evidence for sugar addiction: Behavioral and neurochemical effects of intermittent, excessive sugar intake.” *Neuroscience and Behavioral Reviews* 32, nro. 1 (2008): 21-39.
- Barria, Mauricio P. y Hugo C. Amigo. “Transición Nutricional: una revision del perfil latinoamericano.” *ALAN* 56, nro. 1 (marzo, 2006): 3-11.



- Borgemeire, Ingrid y Joachim Westenhoefer. "Impact of different food label formats on healthiness evaluation and food choice of consumers: a randomized-controlled study." *BMC Public Health* 9, nro. 1 (junio, 2009): 1-12.
- Britos, Sergio. "Más cerca de una alimentación saludable: en qué consiste el proyecto de ley de etiquetado frontal en la Argentina." *Infobae*, 27 de abril de 2017, <https://www.infobae.com/salud/2021/04/27/mas-cerca-de-una-alimentacion-saludable-en-que-consiste-el-proyecto-de-ley-de-etiquetado-frontal-en-la-argentina/>.
- Brownell, Kelly y Mark Gold. "Food products. Addiction. Also in the mind." *World Nutrition* 3, nro. 9 (septiembre, 2012): 392-405.
- Burt, Josie. "Why the traffic light system can be misleading," *S4RB*, 17 de abril 2019 <https://blog.s4rb.com/why-the-traffic-light-system-can-be-misleading>.
- Cecchini, M., & Warin, L. "Impact Of Food Labelling Systems On Food Choices And Eating Behaviours: A Systematic Review And Meta-Analysis Of Randomized Studies." *Obesity Reviews*, 17, nro. 3 (2016): 201-210.
- Ducrot, P., C. Méjean, C. Julia, E. Kesse-Guyot, M. Touvier, L.K Fezeu y S. Péneau. "Objective Understanding of Front-of-Package Nutrition Labels Among Nutritionally At-Risk Individuals." *Nutrients* 7, nro. 8 (2015): 7106–7125.
- FAO, FIDA, OPS, WFP, UNICEF. *Panorama de la seguridad alimentaria y nutricional en América Latina y el Caribe*. Santiago de Chile, 2020.
- Firpo, Javier. "Ley de etiquetado de alimentos: críticas y apoyos a los sellos negros que aprobó el Senado." *Clarín*, 30 de octubre de 2020, [https://www.clarin.com/sociedad/ley-etiquetado-criticas-sellos-negros-aprobo-senado\\_0\\_aP9c4nvF.html](https://www.clarin.com/sociedad/ley-etiquetado-criticas-sellos-negros-aprobo-senado_0_aP9c4nvF.html).
- Hasnas, John. "Some Noodging About Nudging: Four Questions About Libertarian Paternalism." *Georgetown Journal of Law & Public Policy* 7 (febrero, 2016): 1-28.
- Hawkes, Corinna. "Uneven dietary development: linking the policies and processes of globalization with the nutrition transition, obesity and diet-related chronic diseases." *Global Health* 2, nro. 4 (marzo, 2006): 1-18.

Jolls, Christine, Cass R. Sunstein y Richard H. Thaler . “A Behavioral Approach to Law and Economics.” *Stanford Law Review* (julio, 1998): 1471-1550.

Kahneman, Daniel. *Pensar rápido, pensar despacio*. Buenos Aires: Debate, 2012.

Katz, Mónica. “Etiquetado frontal negro: qué significa y qué implica para la alimentación de los argentinos.” *Infobae*, 11 de septiembre de 2020, <https://www.infobae.com/tendencias/2020/09/11/etiquetado-frontal-negro-que-significa-y-que-implica-para-la-alimentacion-de-los-argentinos/>.

Grunert, Klaus G., Josephine M. Wills y Laura Fernández-Celemín. “Nutrition knowledge, and use and understanding of nutrition information on food labels among consumers in the UK.” *Appetite* 55, nro. 2 (mayo, 2010): 177-189.

Korobkin, Russell B. y Thomas S. Ulen. “Removing the rationality assumption from Law and Economics.” *California Law Review* 88, nro. 4 (julio, 2000): 1051-1114.

Machín, Leandro, Jessica Aschemann-Witzel, María Rosa Curutchet, Ana Giménez, Gastón Ares. “Traffic Light System Can Increase Healthfulness Perception: Implications for Policy Making.” *Journal of Nutrition Education and Behavior* 50 (2018).

Mayo Clinic. “Obesidad.” Accedido el 13 de febrero de 2021. <https://www.mayoclinic.org/es-es/diseases-conditions/obesity/symptoms-causes/syc-20375742#:~:text=La%20obesidad%20es%20una%20enfermedad,y%20ciertos%20tipos%20de%20%C3%A1lcer.>

Ministerio de Salud de Chile. “Hoja Informativa. Evaluación Ley de Alimentos 20.606.” Accedido el 20 de marzo de 2021. [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)

Moss, Michel. *Salt, Sugar Fat: how the food giants hooked us*. Nueva York: Random House, 2013.

Newmark, Liz. “Seven EU states oppose British traffic light labeling.” *Food Navigator*, 21 de marzo de 2016, <https://www.foodnavigator.com/Article/2016/03/21/Seven-EU-states-oppose-British-traffic-light-labelling.>

OMS. “Obesidad y sobrepeso.” Accedido el 20 de marzo de 2021. <https://www.who.int/es/news-room/fact-sheets/detail/obesity-and-overweight#:~:text=%2Fm2.>

Popkin, Barry M. “The Nutrition Transition and Obesity in the Developing World.” *The Journal of Nutrition* 131, nro. 3 (marzo, 2001): 871-873.

Popkin, Barry M. “An overview on the nutrition transition and its health implications: the Bellagio meeting.” *Public health nutrition* 5, nro. 1 (2002): 93-103.

Popkin, Barry M. y Penny Gordon-Larsen. “The nutrition transition: worldwide obesity dynamics and their determinants.” *International journal of obesity and related metabolic disorders: journal of the International Association for the study of Obesity* 28, nro. 3 (noviembre, 2004): 2-9.

Rachlinski, Jeffrey J. “The psychological foundations of Behavioral Law and Economics.” *Cornell Law Faculty Publications* 829 (2011): 1675-1696.

Roe, Brian, Alan S. Levy y Brenda M. Derby. “The Impact of Health Claims on Consumer Search and Product Evaluation Outcomes: Results from FDA Experimental Data.” *Journal of Public Policy & Marketing* 18, no. 1 (1999): 89-105.

Rul, María Eugenia. “Sistemas de Etiquetado Nutricional frontal: Análisis desde a arquitectura de elección y la Economía Experimental.” Tesis de Maestría, Universidad Nacional del Sur, 2019.

Siegrist, Michael, Rebecca Leins-Hess y Carmen Keller. “Which front-of-pack nutrition label is the most efficient one? The results of an eye-tracker study.” *Food Quality and Preference* 39 (2015): 183-190.

Stuckler, David y Marion Nestle. “Big Food, Food Systems, and Global Health.” *PLoS Med* 9, nro. 6, 1 (2012): 1-5.

Taillie Smith, Lindsey, Marcela Reyes, Arantxa M. Colchero, Barry M. Popkin y Camila Corvalán. “An evaluation of Chile’s Law of Food Labeling and Advertising on

sugarsweetened beverage purchases from 2015 to 2017: A before-and-after study.”  
*PLoS Med* 17, nro. 2 (febrero, 2020): 1-24.

Tarabella, Angela y Leila Voinea. “Advantages and limitations of the Front-Of-Package Labeling systems in guiding the consumers’ healthy food choice.” *Amifiteatru Economic* 15 (2013): 198-209.

Tekol, Yalcin. “Salt addiction: A different kind of drug addiction.” *Medical Hypotheses* 67, nro. 5 (abril, 2006): 1233-1234.

Thaler, Richard H. y Cass R. Sunstein. “Libertarian Paternalism.” *The American Economic Review* 93, nro. 2 (mayo, 2003): 175-179.

Trivisonno, Julieta. “Derecho a la alimentación adecuada y Derecho del Consumidor.” *Revista de Derecho del Consumidor*, nro. 10 (abril, 2021): 1-21.

Trivisonno, Julieta. “El derecho a la alimentación saludable: información al consumidor y etiquetado frontal de alimentos.” *Jurisprudencia Argentina, Dossier de Derecho del Consumidor*, III (julio, 2021): 76-89.

Tversky, Amos y Daniel Kahneman. “Judgment under Uncertainty: Heuristics and Biases.” *Science* 185 (septiembre, 1974): 1124-1131.

Universidad de  
San Andrés