



IFSC-1/19/TS4.4

Primera Conferencia Internacional FAO/OMS/UA sobre Inocuidad Alimentaria, Addis Abeba, 12 y 13 de febrero de 2019

Comunicación eficaz e interacción con el público en lo que respecta a temas de inocuidad y calidad de los alimentos en la era digital.

Profesor Lynn J. Frewer,
Escuela de Ciencias Naturales y Ambientales, Universidad de Newcastle (Reino Unido).

La participación de los consumidores y otros agentes del sistema alimentario en la promoción de la seguridad alimentaria nacional, regional y mundial en su sentido más amplio, incluida la dimensión de la inocuidad alimentaria, es esencial para el desarrollo de sistemas alimentarios inocuos, saludables y sostenibles. La necesidad de lograr una comunicación interactiva con el público en lo que respecta a temas de inocuidad y calidad de los alimentos ha sido reconocida y establecida tanto en los reglamentos (FAO¹) como en la práctica de las comunicaciones (FAO/WHO 2016²). Es importante lograr una comunicación eficaz de los riesgos y los beneficios en materia de cuestiones alimentarias desde la perspectiva de optimizar la protección de los consumidores asociada al consumo de alimentos, aumentar la confianza de la sociedad en las instituciones responsables de evaluar y gestionar los riesgos y los beneficios (reales y percibidos) de los alimentos, promover la elección de dietas saludables y la participación de la sociedad en prácticas de producción y consumo sostenibles. La necesidad de lograr una comunicación eficaz en materia de riesgos y beneficios está vinculada a una serie de temas de seguridad alimentaria, entre los que se encuentra la innovación en tecnología agroalimentaria, la contaminación de alimentos con peligros químicos, microbiológicos o físicos, el surgimiento de una crisis alimentaria (por ejemplo, tras el descubrimiento de fraude alimentario), nuevos conocimientos científicos sobre cuestiones alimentarias, la reducción del desperdicio de alimentos o prácticas de producción y consumo insostenibles. La comunicación de riesgos y beneficios relacionados con los alimentos debe abordar las repercusiones socioeconómicas positivas y negativas (por ejemplo, en el empleo, el costo de los alimentos o los medios de subsistencia rurales). Estas repercusiones dependen de las condiciones culturales locales, que han de tomarse en cuenta en el momento de elaborar estrategias de comunicación. Para comprender esto es preciso que todas las partes interesadas, incluido el público en general, intercambien información. El desarrollo de prácticas eficaces de interacción con la sociedad contribuirá a empoderar a todos los consumidores para que escojan alimentos saludables y sostenibles y garantizará que, en los reglamentos, las estrategias y las políticas de mitigación se tomen en cuenta las preferencias y las prioridades de la sociedad. Las mejores prácticas en materia de comunicación de riesgos y beneficios están

¹ FAO, <http://www.fao.org/3/a-x1271s.pdf> accessed 203.1.2019.

² FAO/OMS. (2016) *Risk Communication applied to Food Safety handbook*. [Http://www.fao.org/3/a-i5863e.pdf](http://www.fao.org/3/a-i5863e.pdf) (Manual sobre la comunicación de riesgos aplicada a la inocuidad de los alimentos).

razonablemente bien establecidas (Frewer y otros, 2016³) y entre ellas se encuentra la necesidad de tener en cuenta las características de la población fijada como objetivo; el contenido de la información; las características de las fuentes de información; el carácter oportuno de la comunicación; y las preocupaciones y las prioridades de la sociedad con relación al tema en cuestión.

Lograr una participación eficaz de la sociedad a escala ha planteado problemas en el pasado. Los avances tecnológicos y los nuevos instrumentos y servicios de comunicación tienen el potencial de ofrecer grandes oportunidades para hacer participar e involucrar a muchas partes interesadas de diferentes zonas geográficas en un diálogo interactivo. Los métodos tradicionales de participación de los consumidores (medios de comunicación, conferencias, reuniones, etc.) pueden complementarse, aunque no sustituirse, con estos avances tecnológicos que pueden adaptarse rápidamente a las necesidades de información de las personas y los grupos. Los instrumentos de comunicación digital pueden ser sumamente personalizados y permiten interactuar con instituciones que promueven la comunicación a través de simulaciones de realidad virtual o la ludificación. Las redes sociales también pueden fomentar que el sector y los gobiernos se responsabilicen por la inocuidad y la calidad de los alimentos. Gracias a la externalización abierta de tareas, según la cual el público utiliza medios de comunicación digitales para proporcionar información sobre nuevas cuestiones alimentarias o comportamientos de los consumidores, se pueden detectar problemas alimentarios existentes o incipientes. Al mismo tiempo, los comunicadores deben tener en cuenta la privacidad de los datos personales y la ética del intercambio de información. Además, a pesar del poder de las tecnologías digitales para captar la participación de más segmentos de la sociedad en los temas de seguridad alimentaria, no todo el público tiene acceso a redes sociales u otros medios de comunicación digital.

Problemas estratégicos

1. El público puede utilizar las redes sociales para informar o discutir sobre un problema alimentario en particular, pero quizás no transmita esa información a las autoridades de salud pública ni a los productores de alimentos. Por ende, las redes sociales pueden proporcionar información sobre temas alimentarios que no se ha dado a conocer al público por las vías formales.
2. Se pueden utilizar la ciencia ciudadana y el análisis de las redes sociales para obtener información sobre las prioridades de las personas para diferentes políticas o estrategias de mitigación. Por ejemplo, la información disponible en las redes sociales puede proporcionar ideas sobre las percepciones de las personas con relación a los riesgos y los beneficios de los alimentos que van más allá de la salud o el medio ambiente, incluidas las preocupaciones éticas o las fundadas en valores.
3. Los gobiernos y el sector pueden utilizar la información recopilada de las redes sociales para desarrollar una comunicación eficaz, que se adapte a las diferencias socioculturales y económicas de los distintos lugares, así como a las preferencias y las prioridades de los consumidores. Por ejemplo, analizar las discusiones sobre inocuidad de los alimentos en las redes sociales puede resultar útil para detectar el surgimiento de una amenaza para la inocuidad alimentaria. Sin embargo, no todas las discusiones de las redes sociales se pueden geolocalizar o verificar. Hasta el momento el análisis de los macrodatos no permite abordar adecuadamente la detección de riesgos incipientes sin una interpretación complementaria por parte de

³ Frewer, L. J., Fischer y otros. *Risk/benefit communication about food—a systematic review of the literature*. (Comunicación de riesgos y beneficios sobre los alimentos: un análisis sistemático de las obras de referencia). *Critical reviews in Food Science and nutrition*, 56(10), 1728-1745.

investigadores humanos. Los avances en el aprendizaje automático auguran una detección más precisa de los problemas en el futuro. Es importante comprender a los “agentes influyentes” de las redes sociales, ya que pueden encauzar el debate público.

4. Las instituciones y el sector deben ser conscientes del riesgo de que las diferentes partes interesadas y los intereses particulares proporcionen información errónea a las redes sociales. A pesar de que exista una evaluación científica de un conjunto de datos empíricos relacionados con un determinado problema alimentario, es posible que se haya presentado información opuesta en las redes sociales, lo que constituye un obstáculo para las comunicaciones sobre información científica. Proporcionar información proactiva y creíble basada en pruebas científicas, que también tenga en cuenta los valores y las preocupaciones de los consumidores, aumentará la confianza de la sociedad en los mensajes transmitidos.
5. El público puede utilizar tecnologías digitales con el fin de proporcionar información pertinente para formular o perfeccionar políticas de salud pública o ambiental, por ejemplo, con relación a preferencias alimentarias, la detección de enfermedades de animales y plantas o retos agronómicos, como la identificación de desastres de aparición lenta (tales como la sequía). Para que esto sea eficaz, podría ser necesario recurrir a la “educación” digital para asegurarse de que el público adopte esos nuevos métodos de recopilación de datos, en particular para grupos de población sin experiencia en el uso de tecnologías digitales.
6. Obtener el respaldo de una fuente confiable (como un organismo intergubernamental) en las redes sociales puede ayudar al público a identificar mensajes sustentados por pruebas científicas.
7. Si se desea forjar y mantener la confianza, debe darse prioridad a las respuestas rápidas a un problema alimentario incipiente (ya sea identificado como un problema emergente a través de procedimientos de evaluación científica o como un problema de interés público detectado en las redes sociales o los medios tradicionales). Si hay dudas acerca del problema alimentario en cuestión (por ejemplo, en lo que respecta a la salud pública o ambiental) estas deben transmitirse, al igual que las medidas que se están adoptando para reducir la incertidumbre.
8. Es necesario actualizar la información tan pronto como la situación cambie, lo que contribuirá también a forjar la confianza en la fuente de las redes sociales, y que los consumidores le den prioridad con respecto a otras fuentes. Los instrumentos de comunicación digital pueden proporcionar rápidamente nueva información actualizada. Al mismo tiempo, la falta de actualización inmediata a través de los sitios de las redes sociales puede poner en riesgo la confianza en la fuente y su credibilidad.
9. Las nuevas tecnologías digitales pueden facilitar la protección de los consumidores a través de un mejor seguimiento y rastreo de los alimentos y los ingredientes problemáticos. Un ejemplo de ello es el incremento en la capacidad de retirada selectiva de alimentos. Con un número creciente de consumidores que compran alimentos y pagan de forma digital, tanto en el supermercado como en Internet, se está haciendo técnicamente posible la retirada de alimentos peligrosos por lotes contaminados específicos mediante el envío de un correo electrónico de alerta a los posibles consumidores. Del mismo modo, a través del portal del mercado en línea se puede hacer un seguimiento y un análisis en tiempo real de las reclamaciones de los consumidores respecto de alimentos comprados en línea, lo que facilita el envío de alertas y las retiradas en caso de que surgiera un problema entre los consumidores

específicamente afectados. Además de reducir los efectos en la salud pública y promover la confianza y la fe de los consumidores en la cadena de suministro, la retirada más eficaz y más selectiva de productos puede redundar en beneficios económicos para los productores y los proveedores, ya que solo se retirarán del mercado los productos afectados.

10. Algunas personas del público no tienen acceso a medios de comunicación digitales, como ocurre con los grupos económicamente desfavorecidos, los ancianos, las personas con dificultades de aprendizaje o quienes viven en zonas geográficas alejadas. Además, en una situación de crisis, los canales de comunicación electrónica pueden verse perturbados. Los canales de comunicación tradicionales (como la televisión, la radio, los folletos y la comunicación interpersonal a través de los servicios de salud) deben permanecer activos y utilizarse en la comunicación de cuestiones relativas a los alimentos.
11. Las redes sociales están evolucionando rápidamente y los distintos medios de comunicación pueden atraer a grupos demográficos y de interés diferentes. Por consiguiente, es importante hacer un seguimiento de la aparición nuevos medios de comunicación y su contenido e identificar sus posibles destinatarios. La comunicación que se sirve de diferentes plataformas digitales deberá tener en cuenta las posibles diferencias de las fuentes y los usuarios para garantizar que el contenido sea pertinente en función de las preferencias y las necesidades de los usuarios finales.
12. Los nuevos adelantos en el ámbito de la realidad virtual, donde los consumidores pueden demostrar y analizar posibles situaciones futuras de la alimentación, y la ludificación (incorporada, por ejemplo, en las aplicaciones para teléfonos móviles) proporcionarán herramientas de comunicación con respecto a posibles cambios en las políticas o en los comportamientos personales. Por ejemplo, la ludificación ha resultado eficaz para motivar a los consumidores a comer más hortalizas, promover comportamientos eficaces de inocuidad alimentaria en el lugar de trabajo o como herramienta de toma de decisiones a nivel de las explotaciones agrícolas, para facilitar la identificación de insumos agronómicos destinados a optimizar la producción y la salud ambiental. Este enfoque de comunicación puede extenderse a otras esferas (por ejemplo, las prácticas domésticas de inocuidad alimentaria). La incorporación de la recopilación de datos a través de plataformas digitales mejorará la participación de la sociedad en cuestiones de políticas alimentarias. Es importante medir los efectos de las tecnologías digitales con relación a las cuestiones alimentarias. Sin embargo, medir los efectos tal vez no sea siempre sencillo. Con relación a las retiradas de alimentos, es posible evaluar el índice de “éxito” (es decir, el porcentaje de retiradas de un producto contaminado). El seguimiento de las “tendencias” en materia de elección de alimentos según lo expresado en las redes sociales puede ponerse en correspondencia con el consumo real de alimentos en grupos demográficos pertinentes.
13. El debate sobre políticas agroalimentarias en las redes sociales también puede analizarse con respecto a los sentimientos de los consumidores, su aprobación o desaprobación. En la actualidad, esto último resulta difícil desde un punto de vista técnico, pero puede mejorarse en el futuro próximo, conforme se siga avanzando en las técnicas de análisis de datos. Sin embargo, para mantenerse al tanto de las capacidades analíticas, es fundamental que las instituciones empleen a profesionales con competencias adecuadas en las ciencias analíticas pertinentes.
14. Los aspectos jurídicos y éticos son cada vez más pertinentes en lo que respecta a la tramitación de grandes cantidades de datos sobre personas y poblaciones. Por

ejemplo, en el Reglamento General de Protección de Datos 2016/679 de la Unión Europea (RGPD) se aborda el tema del procesado de datos personales de todos los ciudadanos de la Unión Europea y el Espacio Económico Europeo, incluida la exportación, la recopilación o el procesado de datos de sus ciudadanos en cualquier parte del mundo. En el RGPD se reconocen, entre otras, las posibilidades de que el procesado de macrodatos afecte a la privacidad personal. También hay cuestiones éticas relacionadas con las repercusiones de la recopilación y el análisis de datos a escala muy grande de una persona sobre la privacidad personal, el “derecho al olvido” y los riesgos de manipulación de comportamiento o emocional por parte de fuentes potencialmente malintencionadas, incluidos los posibles efectos sobre los sistemas políticos democráticos. El uso del procesado y el análisis de los datos recopilados para modificar los comportamientos de los consumidores con relación a los alimentos puede tener una aplicación benéfica o ilícita, lo que indica que las consideraciones éticas deben abordarse como parte de los procesos de comunicación.

Conclusiones

Los enfoques digitales para la participación social pueden complementar los métodos tradicionales de participación del consumidor, tales como los medios de comunicación, las conferencias, las reuniones y otras formas de interacción presencial. Estos instrumentos de comunicación pueden ser sumamente personalizados, lo que incrementa la importancia de las comunicaciones dirigidas a determinados destinatarios. La realidad virtual o la ludificación pueden mejorar la comunicación sobre cuestiones relacionadas con la alimentación, así como la participación de los consumidores en esos temas. La participación, el intercambio de conocimientos y el análisis de las repercusiones de la comunicación sobre la alimentación pueden mejorarse a través de los medios de comunicación digitales. Sin embargo, las instituciones y el sector deberían conocer los aspectos jurídicos y éticos de la problemática ligada a la privacidad de los datos. Es importante que las partes interesadas del sistema alimentario estén al tanto de los nuevos avances en las plataformas digitales y el análisis de datos y que, al mismo tiempo, se garantice que esos adelantos no impidan la participación de algunos miembros de la sociedad en la comunicación y el diálogo con los sectores público y privados sobre cuestiones de seguridad alimentaria.