

Edita:
REAL ESCUELA DE AVICULTURA

Director:
José A. Castelló Llobet
jacastello@avicultura.com

Subdirector:
Federico Castelló Fontova
fcastello@avicultura.com

Redacción:
Marisa Montes
redaccion@avicultura.com

Colaboradores:
Enrique García Martín;
Carlos Dapoza; Rafael Durán;
José A. Fejo

Maquetación:
Dolors Guillén Plou
dguillen@avicultura.com

Publicidad
Luis López
luislopez@avicultura.com

Juan Manuel Coronel
juanmacoronei@avicultura.com
Tels 93 792 11 37 y 678 55 61 44

Suscripciones y atención al suscriptor
Irene Velasco
Real Escuela de Avicultura
Plana del Paraíso, 14
08350 Arenys de Mar. Barcelona
Tel. 93 792 11 37. Fax 93 792 15 37
www.avicultura.com
contabil@avicultura.com

Depósito legal:
B. 429 - 1959. ISSN 0210 - 0541

PRECIOS DE SUSCRIPCIÓN 2013

	1 año	2 años
España (sin IVA)	65 €	120 €
Extranjero (correo superficie)	95 €	190 €

Números sueltos

España	6 €
Extranjero	9 €

Portada: Foto gentileza de Exafan.

La revista SELECCIONES AVÍCOLAS publica artículos originales y reproduce trabajos presentados en otros medios de comunicación. Los artículos originales deben reunir unos determinados requisitos, que se indicarán a los interesados. Los artículos no originales provienen de trabajos presentados en congresos y simposios nacionales o internacionales, de otras revistas científicas o de divulgación, o de estudios publicados por centros experimentales de todo el mundo, para lo cual cuenta con expresa autorización.
SELECCIONES AVÍCOLAS, fundada en 1959 por Federico Castelló de Plandolit, es continuación de la primera revista avícola en castellano publicada en el mundo, «Avicultura Práctica», editada en 1896 por el Prof. Salvador Castelló.



Transparencia obliga

Retomando una cita parecida a la que hacíamos en esta misma página el mes pasado, referida al Reino Unido, tal vez solo unos 15 a 20 años atrás, diríamos que no podíamos evitar la sorpresa que nos causaba ver la fuerza que ponían las principales cadenas comerciales en exigir a los ganaderos que abrieran sus puertas para mostrar cómo tenían a sus animales y cómo producían los alimentos que les iban a vender. Y si estos no lo hacían, o bien si no le satisfacía lo que les mostraban, no había trato ...

Más recientemente, diferentes comentarios están abogando cada vez con más énfasis en esta transparencia de los productores, en buena parte para mostrar que el trato que se da a los animales es el correcto y que estos se mantienen siguiendo las normas de bienestar establecidas, y en buena parte, también, para asegurar la procedencia de aquella carne, aquella leche o aquellos huevos que, por la razón que sea, uno puede preferir de su propia localidad o región que de otra foránea.

En este sentido ya nos hemos manifestado en diversas ocasiones al tratar de la "trazabilidad" de nuestros productos, que hoy ya sabemos que significa el poder seguir la pista de un alimento desde el comercio expendedor hasta el mismo productor. Y así, en el huevo, por ejemplo, vemos que en nuestro propio país cada vez van siendo más las personas que identifican un "código 0" con el ecológico, el "1" con el campero, etc., lo que creemos que es bueno para conocer que lo que compramos se ajusta a lo que creemos que es mejor, por nuestra preferencia, nuestro bolsillo, o lo que sea.

Entre entonces y ahora, sin embargo, sin embargo, sorpresas no han faltado por parte de quienes nos han querido dar "gato por liebre" y o bien han introducido carne de caballo en algunos productos cárnicos comerciales o bien nos han vendido unos huevos camperos como si fueran ecológicos. Lo primero, aireándose en la prensa de la calle en los días en que redactamos este comentario, mientras que lo segundo haya surgido también ahora, en Alemania, como puede verse en la noticia que publicamos en este mismo número sobre el fraude destapado ahora en este país, uno de los pioneros en Europa de la abolición de las baterías de puesta y que, en su momento, no ha sabido establecer los controles adecuados para evitarlo.

De todas formas, véase que estos dos casos, aun constituyendo evidentes fraudes, no guardan ninguna relación con aquellas otras alarmas mediáticas surgidas de vez en cuando –con el ejemplo de las dioxinas por delante– y que han podido afectar, en más o en menos, a la salud del consumidor. Pero ello no quita para que no ya solo formen parte de la célebre picaresca española sino que nos confirman de que en esta materia nadie puede tirar la primera piedra.

Yendo a lo nuestro, unos recientes comentarios con motivo de los foros avícolas que han tenido lugar en la conocida "Feria avícola de Atlanta", en Estados Unidos –ver el reportaje sobre la IPPE que insertamos también en este número– nos llevan nuevamente al sector del huevo. Por un lado, las presentaciones de dos importantes productores norteamericanos que, habiendo cambiado sus baterías convencionales de puesta por jaulas enriquecidas –o "coloniales", como las llaman allí – han abogado por abrir sus puertas al público para mostrar cómo tratan a sus gallinas en ellas y cómo producen sus huevos, insistiendo en que si se hace así, se cierra la boca de los activistas de los derechos animales que quieren dar una imagen contraria. Y, por otra, la misma "transparencia" que ha preconizado en una conferencia en el referido foro un prestigioso economista alemán, el Dr. Windhorst, afirmando ante los productores que "es un deber para tener la confianza del consumidor" y que, en su país, algunos productores de huevos incluso abren las puertas de sus granjas los domingos para el público de la calle ... aunque esto lo decía solo unos días antes de que estallase el escándalo antes citado.

Estas opiniones, así como lo ya establecido por ley en cuanto al conocimiento del origen de lo que se adquiere, nos guste o no, por cuanto representa "desnudarnos" frente al público y mostrarse ante la competencia en la producción considerada, ha llegado ya aquí y aunque en un principio tímidamente, creemos que ha de ir a más. A nuestro entender es positivo por cuanto demuestra que no se tiene nada que ocultar y que, frente al video grabado por el empleado "infiel" sobre lo peor que puede haber en muchas granjas, las condiciones en las que criamos a nuestros animales y producimos los alimentos que luego acceden al mercado son hoy mejores que nunca.