

ALIMENTACIÓN / MEDIO AMBIENTE

Monsanto gasta 4,6 millones de dólares en campaña para no etiquetar transgénicos

El Ciudadano · 12 de septiembre de 2013



El gigante norteamericano de productos agrícolas transgénicos ha invertido 4,6 millones de dólares en una campaña antilobby para no tener que informar a los consumidores sobre los ingredientes transgénicos.

El gigante biotecnológico Monsanto, el mayor productor de semillas genéticamente modificadas, trata de combatir la iniciativa I-522, que obliga a los productores a etiquetar los alimentos genéticamente modificados.

El nuevo proyecto de ley será votado en noviembre en el estado de Washington, en EE.UU, y a pesar de que la iniciativa ha encontrado un fuerte apoyo entre la población del estado y las grandes empresas, como Dr. Bronner's Magic Soaps y Ben & Jerry's Ice Cream, la multinacional estadounidense no pierde la esperanza de cambiar la situación financiando una campaña y organizando a activistas para promover una decisión favorable a su causa, en la que han invertido ya 4,6 millones de dólares.

En 2012 Monsanto ya acometió empresas similares, cuando desembolsó 44 millones de dólares para una campaña antilobby en California, cuando se

argumentaba que el etiquetado provocaría el aumento del precio de los alimentos y que es anticientífico.

Los productos genéticamente modificados han causado varias controversias y discusiones sobre su seguridad y el impacto en la salud humana. En mayo de 2013 se desataron fuertes protestas populares contra Monsanto y otras empresas transgénicas que niegan a etiquetar su producción.

Fuente: [RT](#)

Fuente: [El Ciudadano](#)